

UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

Estudio de factibilidad para la ampliación de Colombia Pizza con un local comercial en el Centro Histórico de la Ciudad de Cuenca

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de

Ingeniera Comercial

Autoras:

Verónica Nacipucha
Diana Piedra

Director:

Econ. Christian Palacios Manzano, MAE

Cuenca – Ecuador

2016

DEDICATORIA

El presente estudio está dedicado a nuestros familiares, en especial a nuestros padres, quienes con su apoyo incondicional nos han permitido concluir todos nuestros propósitos universitarios y personales, con responsabilidad y buenos principios.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios por darnos salud y sabiduría en cada paso de nuestras vidas.

Agradecemos a la Universidad del Azuay y a sus Docentes ya que por medio de ellos hemos adquirido conocimientos importantes en nuestra etapa universitaria, lo cual nos permitirá desenvolvernos a futuro profesionalmente.

Así mismo al director de Tesis, el Economista Christian Palacios Manzano quien con su experiencia y dedicación nos ha guiado incondicionalmente en cada etapa de nuestro trabajo de titulación.

Les agradecemos también a todas las personas que hayan estado presentes en nuestra vida personal brindándonos todo el apoyo para cumplir cada una de nuestras metas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO I – ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO	11
1.1 Antecedentes históricos de Colombia Pizza.....	11
1.2 Misión	12
1.3 Visión.....	12
1.4 Objetivos	12
1.5 Análisis FODA	13
1.6 Análisis Financiero	15
CAPÍTULO II – FORMULACIÓN DEL PROYECTO	22
2.1 Perfil del proyecto	22
2.2 Análisis del mercado	22
2.2.1 Producto.....	25
2.2.2 Oferta.....	26
2.2.3 Competencia Directa e Indirecta.....	26
2.2.4 Demanda.....	29
2.2.5 Precio.....	30
2.2.6 Comercialización.....	30
2.2.7 Estrategia de Marketing	32
2.3 Estudio Técnico	33
2.3.1 Tamaño óptimo	33
2.3.2 Análisis de disponibilidad de insumos y materias primas	34
2.3.3 Análisis de la Capacidad	36
2.3.4 Análisis de la Ubicación	36
2.3.5 Proceso productivo	37
2.3.6 Maquinaria, equipos y herramientas	38
2.3.7 Talento Humano	39
2.3.8 Costos de producción.....	45
2.4 Estudio Administrativo, Organizativo y Legal.....	45

2.4.1 Tamaño de la estructura organizativa.....	45
2.4.2 Tipo de organización	46
2.4.3 Organigrama	46
2.4.4 Funciones del personal.....	47
2.4.5 Permisos	48
CAPÍTULO III – ESTUDIO ECONÓMICO, EVALUACIÓN DEL PROYECTO Y MEDICIÓN DE IMPACTOS	52
3.1 Plan de inversiones y fuentes de financiamiento	52
3.2 punto de equilibrio	54
3.3 Balance General Proyectado	55
3.4 Estado de Resultados Proyectados	57
3.5 Flujo de Caja Proyectado.....	59
3.6 Evaluación del Proyecto	60
3.6.1 Tasa interna de retorno (TIR).....	60
3.6.2 Valor actual neto (VAN).....	60
3.6.3 Periodo de recuperación de inversión	60
3.6.4 Índices Financieros.....	61
3.6.5 Análisis de Sensibilidad	63
3.6.6 Proyecciones sin el proyecto	64
3.6.7 Proyecciones con el proyecto	65
3.7 Impactos:	66
3.7.1 Sociales.....	66
3.7.2 Ambientales	66
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
4.1 Conclusiones	67
4.2 Recomendaciones	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis FODA	13
Tabla 2: FODA Cruzado	14
Tabla 3: Estado de Resultados.....	16
Tabla 4: Balance general.....	18
Tabla 5: Flujo de Caja.....	20
Tabla 6: Datos de muestra.....	24
Tabla 7: Tipos de productos	25
Tabla 8: Competencia directa.....	26
Tabla 9: Competencia directa.....	27
Tabla 10: Competencia indirecta	28
Tabla 11: Población del Ecuador	30
Tabla 12: Consumo promedio de pizza.....	30
Tabla 13: Comercialización y distribución del producto	32
Tabla 14: Estrategias de Marketing	33
Tabla 15: Disponibilidad de insumos y materias primas	34
Tabla 16: Proveedores Colombia Pizza.....	35
Tabla 17: Capacidad en nuevo local	36
Tabla 18: Maquinaria, Equipos y Herramientas	38
Tabla 19: Horarios de trabajo	42
Tabla 20: Sueldos mensuales sin beneficios sociales	42
Tabla 21: Sueldos anuales incluidos beneficios sociales	43
Tabla 22: Costo de producción.....	45
Tabla 23: Perfiles de puestos de trabajo Colombia Pizza	47
Tabla 24: Activos Fijos.....	51
Tabla 25: Plan de inversión y fuentes de financiamiento	52
Tabla 26: Factor caja	53
Tabla 27: Punto de equilibrio	54
Tabla 28: Balance General Proyectado	55
Tabla 29: Estado de Resultados Proyectados.....	57
Tabla 30: Flujo de Caja Proyectado	59
Tabla 31: Tasa interna de retorno	60
Tabla 32: Valor Actual Neto	60
Tabla 33: Periodo de recuperación de la inversión	60
Tabla 34: Indicador - Estructura de Costos y Gastos	61
Tabla 35: Indicador – estructura de activos	61
Tabla 36: Indicador - estructura de pasivos	61
Tabla 37: Indicador - Estructura de liquidez	62
Tabla 38: Indicador – Utilidad	62
Tabla 39: Indicador – rotación	63
Tabla 40: Análisis de sensibilidad	63
Tabla 41: Proyecciones sin el proyecto.....	64
Tabla 42: Proyecciones con el proyecto.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Censo de Cuenca 2010	23
Gráfico 2: Modos de transporte al Centro Histórico	24
Gráfico 3: Prototipo del nuevo local	34
Gráfico 4: Ubicación del nuevo local.....	36
Gráfico 5: Proceso productivo.....	37
Gráfico 6: Proceso de contratación al personal de Colombia Pizza	44
Gráfico 7: Organigrama Colombia Pizza	46

RESUMEN

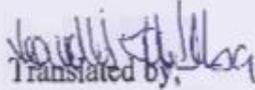
La presente investigación tiene como objetivo determinar la factibilidad para la ampliación de un nuevo local comercial de Colombia Pizza en el Centro Histórico de la Ciudad de Cuenca; en la actualidad existen problemas al momento de cubrir cierta demanda en distintas zonas de la ciudad. Se realizó un estudio de la situación actual de la empresa tomando en cuenta sus estados financieros de periodos anteriores y un análisis FODA con el cual se pretende conocer el funcionamiento de la misma; para complementar dicho análisis se elaboraron distintos estudios tales como: de mercado, técnico, administrativo, legal y económico.

ABSTRACT

ABSTRACT

This research paper aims to determine the feasibility for the expansion of *Colombia Pizza* new commercial premise in the historic center of the city of Cuenca. Currently, there are problems in different areas of the city when trying to meet certain types of demand. Consequently, a study of the company's current situation will be made taking into account the financial statements of prior periods, and a SWOT analysis to know its operation. In order to complement this analysis, different studies in the technical, administrative, legal and economic marketing field will be carried out.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCIÓN

La idea de realizar un estudio de factibilidad para la ampliación de Colombia Pizza se basa en varios factores internos y externos que se presentan en la actualidad; implementar un nuevo local en la Ciudad requiere de varios estudios que permitan determinar si es viable o no la inversión para el mismo, disminuyendo de tal forma el riesgo de pérdidas significativas para la empresa.

Dicho estudio es totalmente necesario, con el se podrá determinar si el proyecto se debe o no llevar a cabo; haciendo énfasis en la obtención de información verídica que permita tener un pleno conocimiento de cómo se desarrolla el entorno en el que se pretende ampliar el negocio.

El proyecto va destinado a combatir los problemas que se está generando en la empresa y a su vez en los clientes actuales y potenciales; siendo necesario realizar un estudio de mercado que permita conocer aspectos relacionados tales como: gustos y preferencias, competencia, precio, calidad, etc.; dentro del estudio técnico administrativo y legal se enfocan en determinar los insumos necesarios (maquinaria, equipos, herramientas), así como los recursos humanos que se requerirá y los permisos correspondientes para la implementación.

El aspecto más importante que permitirá tomar decisiones es la evaluación financiera mediante proyecciones de Estados Financieros que reflejara si es viable o no la ampliación de dicho local.

CAPÍTULO I – ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

1.1 Antecedentes históricos de Colombia Pizza

COLOMBIA PIZZA, es un emprendimiento familiar que abrió sus puertas el 18 de febrero del año 2006, con un bajo capital y poca experiencia en el ramo.

Esta empresa se dedica a la elaboración y comercialización de comida rápida, siendo su principal producto la PIZZA; durante los primeros años se sostenía con dificultad en el mercado, donde ofrecían una variedad de sabores, el cual se elaboraba a través de un proceso productivo artesanal.

A partir del tercer año la empresa Colombia Pizza ha tenido un constante aumento, posicionándose en el mercado y en la mente de sus consumidores; sus propietarios se han esforzado continuamente debido a las exigencias de sus consumidores, entre las mejoras que se han realizado, fue la ampliación del local, con la apertura de una sucursal en la Av. Don Bosco 3-168 y Av. Loja, con el fin de brindar más comodidad a los clientes y el servicio personalizado que ha caracterizado a la empresa.

Actualmente, en su local principal tiene una capacidad para 100 personas que desean consumir el producto dentro del establecimiento; además cuenta con una cocina, un área de producción y una bodega.

A pesar de las modificaciones que se dieron en años anteriores con la finalidad de cubrir una demanda más grande, actualmente la empresa ya presenta una inadecuada infraestructura, debido a la gran acogida que ha tenido por los consumidores; de la misma forma los servicios a domicilio fuera del área de cobertura, no cumple con los tiempos adecuados, dando como resultado una entrega tardía, producto no conforme, generando insatisfacción de los clientes.

1.2 Misión

Colombia Pizza, es una empresa que satisface la necesidad de sus clientes, ofreciéndole una amplia línea de productos frescos y saludables, orientada a mejorar el servicio, para logra la consolidación en la preferencia de los clientes y convirtiéndolos en su mejor medio de producción.

1.3 Visión

Llegar a ser la cadena de pizzería más exitosa de Cuenca, y constituirse como Franquicia, logrando ser una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada a la satisfacción plena de los clientes.

1.4 Objetivos

- Colombia Pizza tiene como objetivo posicionarse en el mercado de Cuenca, mejorando su calidad, innovación en servicio, garantizando la satisfacción de sus consumidores.
- Entregar oportunamente los productos en óptimas condiciones en el domicilio de nuestros clientes.
- Garantizar una atención personalizada, respetuosa y óptima que permita fidelidad de los clientes con la empresa.
- Desarrollar estrategias que permitan mantener el bienestar de nuestros subordinados y un adecuado clima laboral.
- Mejorar la productividad, mediante una innovación constante.
- Mantener información actualizada del desarrollo de la competencia, que permita elaborar estrategias.

1.5 Análisis FODA

Tabla 1:

Análisis FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Acogida de los clientes que frecuentan el centro histórico de la Ciudad	1. Competidores con mayor capacidad financiera
2. Aprovechar la innovación de la Ciudad con la implementación del TRANVIA	2. Fácil acceso de nuevos competidores al mercado
3. Debido a los problemas en las vías por la implementación del Tranvía, muchos Restaurantes se vieron en la necesidad de cerrar, permitiendo a Colombia Pizza abarcar más mercado	3. La situación Económica del país disminuye la capacidad adquisitiva de las personas
4. Frecuencia de turistas a consumir en los locales del centro Histórico	4. Controles exagerados por parte de empresas públicas, como: SRI, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Salud, etc.
5. Incremento en el consumo de comida rápida	5. Dificultad al acceder con vehículo propio al centro histórico debido al Tranvía, y congestión vehicular
	6. Dificultades de acceso para los proveedores al local
6. Reconocimiento de la empresa por la ubicación	6. Preferencia de los consumidores por los productos de la competencia debido a que está posicionado en el mercado
7. Logra mejores acuerdos con los proveedores.	7. Ubicación propenso a robos, dentro y fuera del local.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Innovación constante en productos y servicios.	1. Infraestructura inadecuada en los locales disponibles, para la afluencia de los clientes
2. Posicionamiento en el mercado	2. Demora en los despachos del producto final, en horas pico
3. Calidad y confiabilidad del producto (certificación ARCSA)	3. Personal cuenta con escasa motivación
4. Precios económicos en casi la totalidad de sus productos, en comparación a su competencia	4. Entrega tardía en los servicios a domicilio.
	5. Inexistencia de un manual de puestos de trabajo
5. Capacitación continua a los empleados, en temas de seguridad	6. Falta de control por parte de los directivos de la empresa
6. Confiabilidad con los proveedores, que permite un poder de negociación alto	7. Proceso administrativo y productivo inadecuado

Elaborado por: Las autoras

FODA CRUZADO

Tabla 2:

FODA Cruzado

ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
O1, F1 Perfeccionar los productos y servicios, mediante la innovación constante de los mismos que permita lograr una mejor acogida de los clientes que frecuentan el centro histórico de la Ciudad	F1, F 2, A2 Minimizar el efecto que puede tener el acceso de nuevos competidores, innovando los productos y servicios para lograr un mejor posicionamiento en el mercado
O3, F2 Mejorar el posicionamiento en el mercado, mediante la implementación de estrategias que permita a la empresa ser más competitiva	F3, A6 Cambiar las preferencias de los consumidores con la de nuestros productos, mediante estándares de calidad y bajos precios para ganar mercado
O5, F3, F4 Aprovechar el incremento en el consumo de comida rápida, ofreciendo productos de calidad, confiabilidad y precios bajos, para generar mayores ventas	F5, A7 Evitar posibles robos y estafas dentro de la empresa, mediante capacitaciones continuas de seguridad al personal para responder de manera adecuada ante situaciones emergentes
O7, F6 Lograr mejores acuerdos con los proveedores, mediante convenios mutuos, que permitan mayor confiabilidad entre las partes	
ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIA DA
O4, D1 Mejorar la infraestructura inadecuada actual, mediante la ampliación con un nuevo local, para aprovechar la mayor acogida de turistas que visitan el Centro Histórico	D1, A1 Incrementar la capacidad financiera, mejorando los procesos administrativos y productivos para lograr una mejor infraestructura de los locales y cubrir la afluencia de los clientes
O5, D3 Mejorar la motivación de los empleados, a través de incentivos económicos, para generar mayor eficiencia en el desarrollo de las actividades	D4, A5 Reducir el tiempo de entrega en los servicios de domicilio, diseñando vías alternas de acceso para satisfacer a los clientes sin que estos acudan al local
O7, D6 Mejorar el control por parte de los directivos de la empresa, mediante manual de responsabilidades, que permita llegar a mutuos acuerdos con los proveedores	D1, A6, A5 Determinar la ubicación adecuada del local comercial, mediante el estudio de mercado para lograr el fácil acceso a los proveedores y clientes, evitando que afecte las vías deterioradas por el Tranvía
O3, O6, D4, Mejorando el proceso administrativo y productivo, nos permitirá abarcar más mercado y mejor reconocimiento, mediante nuevo manual de funciones bien establecidas	D7, A4 A través de un buen manejo administrativo y producto, se mejorará de manera eficiente los controles reglamentarios externos para evitar sanciones a futuro

Elaborado por: Las autoras

1.6 Análisis Financiero

Su objetivo analizar los principales indicadores financieros que servirán de base para poder determinar la factibilidad de ampliar el negocio con una nueva sucursal.

Tras la información financiera presentada por la empresa, la cual está en marcha desde hace 10 años, teniendo información de los años 2013, 2014, 2015, se puede presentar y reflejar el siguiente análisis.

ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 3:

Estado de Resultados

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	2013		2014		2015		2014 vs 2013	2015 vs 2014
	V ABSOLUTO	% VENTAS	V ABSOLUTO	% VENTAS	V ABSOLUTO	% VENTAS		
VENTAS	242.953,51	100,00%	379.230,53	100,00%	376.908,18	100,00%	56,09%	-0,61%
- COSTO DE VENTAS	(252.614,73)	-103,98%	(334.549,64)	-88,22%	(315.271,71)	-83,65%	-32,43%	5,76%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	(9.661,22)	-3,98%	44.680,89	11,78%	61.636,47	16,35%	562,48%	37,95%
GASTOS OPERATIVOS	17.400,22	7,16%	(11.321,28)	-2,99%	(47.272,01)	-12,54%	-165,06%	-317,55%
G VENTAS	-	0,00%	2.513,47	0,66%	3.241,56	0,86%	0,00%	28,97%
G ADMINISTRACION	-	0,00%	6.290,06	1,66%	33.547,44	8,90%	0,00%	433,34%
G FINANCIEROS	1.117,38	0,46%	17.239,15	4,55%	10.737,13	2,85%	1442,82%	-37,72%
G OTROS	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0,00%	0,00%
AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES	-	0,00%	10.948,60	2,89%	-	0,00%	0,00%	-100,00%
OTROS INGRESOS	18.517,60	7,62%	25.670,00	6,77%	254,12	0,07%	38,62%	-99,01%
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	7.739,00	3,19%	33.359,61	8,80%	14.364,46	3,81%	331,06%	-56,94%
15% PARTICIPACION A TRABAJADORES	(1.160,85)	-0,48%	(5.003,94)	-1,32%	(2.154,67)	-0,57%	-331,06%	56,94%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	6.578,15	2,71%	28.355,67	7,48%	12.209,79	3,24%	331,06%	-56,94%
IMPUESTO A LA RENTA	(1.447,19)	-0,60%	(6.238,25)	-1,64%	(2.591,11)	-0,69%	-331,06%	58,46%
UTILIDAD NETA	5.130,96	2,11%	22.117,42	5,83%	9.618,68	2,55%	331,06%	-56,51%

Elaborado por: Las autoras

Las ventas netas en el año 2014 muestran un crecimiento del 56.09% con respecto al año anterior, sin embargo para el año 2015, estas disminuyen en un 0.61% lo cual no resulta muy representativo; los costos de ventas de la empresa son demasiado elevados para los 3 años consecutivos mostrando una notoria ineficiencia en los mismos, debido al gasto muy elevado que presenta, para el año 2014 sus costos fueron del 88.22% y en el 2015 el 83.65%; al tratarse de un negocio de comida rápida sus gastos incurridos deberían estar en un rango promedio del 30 al 40% de sus ventas netas para obtener mejores utilidades y poder cubrir con otros gastos que son generados por la empresa. Como se refleja en la tabla 3, los gastos operativos en el año 2014 representó un 2.99%, para el 2015 este fue superior con un 12.54% dentro de estos, los administrativos (pago de sueldos y remuneraciones al personal, beneficios sociales entre otros) fueron los más representativos monetariamente, es decir para el año 2015 se registró un 8.90% de gastos, mientras que para el 2014 fue tan solo del 1.66% reflejando un aumento significativo y perjudicial; estos gastos excesivos minimizan la ganancia neta de la empresa y refleja poca liquidez en la misma disminuyendo su capacidad de cubrir sus costos y gastos que enfrentaría a futuro.

BALANCE GENERAL

Tabla 4:

Balance general

BALANCE GENERAL	2013		2014		2015		2014 vs 2013	2015 vs 2014
	V ABSOLUTO	% ACTIVO	V ABSOLUTO	% ACTIVO	V ABSOLUTO	% ACTIVO		
ACTIVOS	154.568,38	100,00%	310.348,78	100,00%	299.107,49	100,00%	100,78%	-3,62%
CORRIENTES	39.477,38	25,54%	121.587,72	39,18%	64.267,65	21,49%	207,99%	-47,14%
Efectivo	7.887,38	5,10%	100.460,50	32,37%	12.298,40	4,11%	1173,69%	-87,76%
Cuentas por Cobrar	31.590,00	20,44%	21.127,22	6,81%	51.969,25	17,37%	-33,12%	145,98%
Clientes	18.780,00	12,15%	698,50	0,23%	679,25	0,23%	-96,28%	-2,76%
credito tributario a favor del sujeto pasivo	-	0,00%	458,72	0,15%	-	0,00%	0%	-100,00%
inv prod terminados y mercad en almacen	-	0,00%	19.970,00	6,43%	-	0,00%	0%	-100,00%
inventario de materia prima	12.810,00	8,29%	-	0,00%	51.290,00	17,15%	-100,00%	0,00%
Inventarios	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0%	0,00%
Impuestos Corrientes	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0%	0,00%
FIJOS	115.091,00	74,46%	188.761,06	60,82%	234.839,84	78,51%	64,01%	24,41%
Propiedad Planta y Equipo	92.140,50	59,61%	136.059,06	43,84%	170.259,06	56,92%	47,66%	25,14%
maquinaria e instalaciones	1.900,00	1,23%	32.150,00	10,36%	66.148,00	22,12%	1592,71%	105,75%
Muebles Vehiculos	32.890,00	21,28%	48.042,00	15,48%	66.682,00	22,29%	46,07%	38,80%
Depreciaciones y Amortizaciones	(11.839,50)	-7,66%	(27.490,00)	-8,86%	(68.249,22)	-22,82%	-132,19%	-148,27%
PASIVOS	136.330,78	88,20%	158.880,29	51,19%	161.329,51	53,94%	16,54%	1,54%
CORTO PLAZO	24.859,50	16,08%	158.880,29	51,19%	161.329,51	53,94%	539,11%	1,54%
Proveedores	20.980,00	13,57%	19.773,30	6,37%	9.164,90	3,06%	-5,75%	-53,65%
Prestamos Bancos	3.879,50	2,51%	137.953,55	44,45%	142.235,55	47,55%	3455,96%	3,10%
Impuestos Corrientes	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0%	0%
Provisiones Sociales	-	0,00%	1.153,44	0,37%	9.929,06	3,32%	0%	760,82%
LARGO PLAZO	111.471,28	72,12%	-	0,00%	-	0,00%	-100,00%	0,00%
Prestamos Bancos	111.471,28	72,12%	-	0,00%	-	0,00%	-100,00%	0,00%
Jubilación Patronal	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0,00%	0,00%
PATRIMONIO	18.237,60	11,80%	151.468,49	48,81%	137.777,98	46,06%	730,53%	-9,04%
Capital Social	13.106,64	8,48%	129.351,07	41,68%	128.591,31	42,99%	886,91%	-0,59%
Aportes Futura Capitalización	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0%	0%
Reserva Legal	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0%	0%
Revaluaciones	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0%	0%
Resultados NIIF	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0%	0%
Resultados Ejercicios Anteriores	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	0%	0%
Resultado Ejercicio Actual	5.130,96	3,32%	22.117,42	7,13%	9.186,67	3,07%	331,06%	-58,46%
PASIVO + PATRIMONIO	154.568,38	100,00%	310.348,78	100,00%	299.107,49	100,00%	100,78%	-3,62%
COMPROBACION	0,0030		(0,0014)		0,0000			

Elaborado por: Las autoras

Como se muestra en la tabla 4, en el año 2013 sus activos totales fueron de \$154.568.38, incrementándose para el 2014 a \$310.348.78, sin embargo para el año 2015 disminuyó a \$299.107.49, dentro del total de activos, los más representativos provienen de los activos fijos para los tres años, siendo el 78.51% en el 2015 y dentro de estos el 56.92% son de propiedad planta y equipo lo cual se justifica en la actividad del negocio, ya que hace uso de diversos equipos, herramientas y maquinaria para la obtención del producto final.

Dentro de los activos corrientes se registró la cifra más alta de \$121.587.72 en el año 2014 que representa la mayor parte en la cuenta de efectivo con \$100.460.50, para el año 2015 estas cifras decayeron debido a que gran parte del efectivo fue destinado a préstamos realizados a la sucursal de la empresa, por esta razón esta cuenta se reduce y a su vez aumenta la cifra de cobro.

Para la cuenta de pasivos se muestra que gran parte proviene de corto plazo y específicamente la deuda a bancos representando el 44.45% para el año 2014 y el 47.55% para el año 2015, generando ineficiencia y un descalce de financiamiento al adquirir cantidades altas de dinero en un periodo de pago corto, teniendo la posibilidad de hacerlo en un periodo a largo plazo.

Sin embargo se pudo observar que el patrimonio muestra una estructura sana representando el 46.06% en el 2015 estando dentro de un margen aceptable.

FLUJO DE CAJA

Tabla 5:

Flujo de Caja

CASH FLOW	2013	2014	2015
UTILIDAD NETA	5.130,96	22.117,42	9.618,68
Intereses	1.117,38	17.239,15	10.737,13
- Intereses x (1-t)	(849,21)	(13.274,15)	(2.362,17)
NOPAT Beneficio de Explotación Neto Luego de Impuestos	5.399,13	26.082,43	17.993,64
Amortizaciones	-	10.948,60	-
FGO Flujo Generado por las Operaciones	5.399,13	37.031,03	17.993,64
Incremento de NOF	-	144.483,57	(28.392,81)
CGO	-	181.514,60	(10.399,17)
Variación de Activo Fijo	-	(73.670,06)	(46.078,78)
FREE CASH FLOW	-	107.844,54	(56.477,95)
- Intereses	(1.117,38)	(17.239,15)	(10.737,13)
Intereses x (1-t)	849,21	13.274,15	2.362,17
Variación de Deuda Largo Plazo	-	(111.471,28)	-
EQUITY CASH FLOW	(268,17)	(7.591,75)	(64.852,91)
Variación de Patrimonio	-	133.230,89	(13.690,51)
CASH FLOW NETO	(268,17)	125.639,15	(78.543,42)
TESORERIA	7.887,38	100.460,50	12.298,40
TESORERIA % ACTIVO	5%	32%	4%

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a la tabla 5 que corresponde al flujo de caja, se puede observar que para el año 2014 hubo un buen desempeño, a la utilidad obtenida en este año sumándole los interés y restando el escudo fiscal nos da un beneficio neto de \$26,082.43, a este valor le suma las amortizaciones generando una caja de \$37,031.03, en el caso de las NOF se disminuyeron cuentas por cobrar, inventario y la proporción de financiamiento a los proveedores, lo cual permitió incrementar la caja a \$181,514.60, en el caso del año 2015 reaccionó de diferente manera ya que después de los intereses y las amortizaciones generó una caja de \$17,993.64, menor a la del año anterior, a pesar de esto la empresa tuvo que financiarse con su propio capital en \$28,392.81 debido a que las cuentas por cobrar, inventario y proveedores incrementaron generando una disminución en la caja de \$10,399.17; en cuanto al activo fijo en el 2014 realizaron una inversión en \$73,670.06 puesto que contaban con el efectivo para la misma, de igual manera en el 2015 también se adquirieron activos fijos en \$46,078.78 a pesar de que su caja era

negativa. El flujo que se obtuvo en el 2014 permitió cubrir la deuda a largo plazo y sus intereses generando una caja negativa, sin embargo con la variación de capital que mantenían lograron obtener un flujo de caja positivo de \$125,639.15 mientras que para el 2015 el mal funcionamiento del dinero provocó un endeudamiento mayor y su rendimiento decayó en un 4% con respecto al 32% del 2014 dejando ilíquida a la empresa.

De acuerdo al análisis de los estados financieros se puede concluir que en el Estado de Pérdidas y Ganancias no existe un manejo adecuado por parte de la administración lo que provoca que la rentabilidad sea baja.

La empresa muestra en su balance general una estructura sana concentrada en activos fijos sostenida en la necesidad para realizar las actividades de la empresa, no obstante su financiamiento no es el adecuado ya que tienen la posibilidad de hacerlo a largo plazo sin tener que recurrir a deudas altas a corto plazo.

En el flujo de efectivo para el año 2015 se pudo determinar que la empresa perdió su liquidez debido al inadecuado manejo de los fondos.

CAPÍTULO II – FORMULACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Perfil del proyecto

Colombia Pizza es una empresa que viene funcionando desde hace 10 años, captando a la mayor cantidad de clientes que ha permitido que el negocio crezca, sin embargo la infraestructura actual como los servicios a domicilio impide cubrir la demanda en varios sectores de la ciudad, por lo que se decidió hacer un análisis para determinar la factibilidad de implementar un nuevo local en el centro histórico, para el cual es necesario realizar varios estudios tales como de mercado, técnico, administrativo, legal y económico que ayude a obtener la información necesaria para tomar decisiones acerca del proyecto .

Lo que se pretende es hacer una comparación de la utilidad que se genera en la actualidad y la que se obtendría si se llegara a realizar dicho proyecto y si valdría la pena o no la inversión.

2.2 Análisis del mercado

El estudio de mercado para la evaluación de un proyecto es de suma importancia debido a que permite obtener información necesaria y verídica para la toma de decisiones. En el presente estudio se decidió aplicar encuestas con la finalidad de conocer diferentes aspectos, tales como:

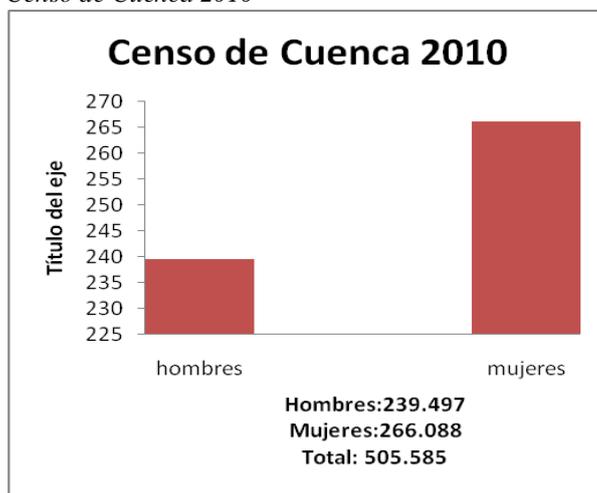
- Gustos y preferencias
- Competencia
- Calidad
- Marca
- Producto
- Precio
- Ingresos promedio

- Entre otros

Para aplicar dichas encuestas es necesario obtener una muestra a partir de la población total que es relativamente alta.

Gráfico 1:

Censo de Cuenca 2010



Fuente: Instituto Nacional de Censos y Estadísticas (INEC)

Según el gráfico 1 para el último censo la población total de la Ciudad de Cuenca fue de **505.585** habitantes, de los cuales **41.474** pertenecen al Centro Histórico, sin embargo, para realizar la muestra se debe considerar a todas las personas que frecuentan dicho lugar, ya que el consumo no es estrictamente por los habitantes de esta zona, por esta razón se tomará en cuenta a la población urbana de la ciudad, es decir 329.928 habitantes (INEC, 2010).

El centro histórico es una zona que se visita con mayor frecuencia tanto por habitantes de la ciudad como por los turistas, al ser un área que tiene un fuerte valor patrimonial; los motivos de visita se deben especialmente a: trabajo, gestiones, compras, estudios, y ocio.

Gráfico 2:

Modos de transporte al Centro Histórico



Fuente: (GAD Municipal del Cantón Cuenca. (GADMCC), 2015)

Para establecer la cantidad exacta de encuestas que se deben hacer a los clientes, se acude a la fórmula de población finita:

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

N= población conocida

Z= grado de confianza

P= probabilidad de aceptación

Q= probabilidad de no aceptación

E= margen de error

Tabla 6:

Datos de muestra

N	329.928
Z	90%
P	0.60
Q	0.40
E	0.05

Elaborado por: Las autoras

$$n = \frac{(1.64)^2 * (329928) * (0.60) * (0.40)}{[(0.05)^2 * (329928 - 1)] + [1.64^2 * (0.6) * (0.4)]} = 257$$

Una vez aplicada la fórmula, se obtuvo un resultado de 257, es decir que a este número de personas se realizará las encuestas, tanto a los habitantes del centro histórico y a personas de diferentes zonas que frecuentan el centro de la Ciudad.

2.2.1 Producto

Colombia Pizza actualmente ofrece una variedad de productos, tales como: heladería, comida rápida y su principal oferta que es la pizza; dado los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, se pudo determinar que el 80% de las personas consumen pizza y el 20% opta por heladería y ensalada de frutas, teniendo mayor acogida en la última.

Tabla 7:
Tipos de productos

Pizza: la empresa actualmente ofrece 23 variedades de pizzas, de diferentes tamaños y elaboradas a base de distintos ingredientes. Las siguientes son los más solicitadas por los consumidores. El empaqueo se realizará en cajas de cartón biodegradable, diseñado para los cuatro tamaños distintos y marcados con el logo de la pizzería y la dirección del nuevo local.



TIPOS	INGREDIENTES
Súper Completa	Queso, jamón, chorizo, tocino, longaniza, salami, champiñones, cebolla, pimiento, tomate, aceitunas.
Cubana	Queso, jamon, peperoni, tocino, pollo.
Inglesa	Queso, salami, champiñones, longaniza, huevos, tomate.
Cuatro estaciones	Queso, 1/4 de jamón, 1/4 champiñones, 1/4 de peperoni, 1/4 perricone.
Suprema	Queso, jamón, salami, longaniza, champiñones, cebolla, pimiento.
Continental	Queso, jamón, chorizo, champiñones, pimiento.
Alemana	Queso, jamón, chorizo, tocino, longaniza, tomate.

Vegetariana	Queso, cebolla, pimiento, tomate, aceitunas, champiñones.
Hawayana	Queso, jamón, piña.
Ranchera	Queso, chorizo, tocino, champiñones.
Tejana	Queso, jamón, tocino, cebolla, pimiento.
Chicken	Queso, pollo, champiñones.
Venecia	Queso, jamón, peperoni.
Tradicional	Queso, jamón, salami.
Romana	Queso, salami, pollo.
Napolitana	Queso, tomate, champiñones.
Americana	Queso, jamón.

Elaborado por: Las autoras

2.2.2 Oferta

La oferta no se puede definir con exactitud, es decir el mercado satisfecho o insatisfecho, a pesar de que el mercado potencial son 329.928 habitantes de la zona urbana de Cuenca; en base a las encuestas realizadas el 80% (263.942 personas) de ellas indicó que si consumen pizza; de las cuales con el nuevo local se pretende cubrir un 5% de este mercado.

2.2.3 Competencia Directa e Indirecta

Para Colombia Pizza, el mercado de su producto, enfrenta dos tipos de competencia, tanto directos como indirectos.

Competidores directos: el 33% de la población encuestada, dio a conocer que acuden con más frecuencia a Pizza Hut, y esto se debe a diversos factores, los cuales se van analizar a continuación en base a un FODA, tratando de determinar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que enfrentan con Colombia Pizza.

Tabla 8:

Competencia Directa

PIZZA HUT	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Alto capital para expandirse a diversos lugares. - Posibilidad de adquirir nuevas tecnologías. 	<ul style="list-style-type: none"> - Al ser una multinacional los impuestos son elevados. - Crisis en la economía del país.

PIZZA HUT	
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Humanos calificados. - Aceptación en nuevos mercados, debido a la marca reconocida. 	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Posicionamiento en el mercado. - Publicidad sofisticada. - Altas promociones. - Marca reconocida. - Presencia internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precios elevados - Demoras en atención en horas pico. - No llega a todas las zonas de Cuenca. - Solo está enfocada a la clase media alta y alta.

Elaborado por: Las autoras

Pizza Hut al ser una franquicia internacional, con más de 15 años de funcionamiento en la ciudad de Cuenca, mantiene un alto posicionamiento en el mercado, sus productos tienen precios altos, pero con un marketing internacional que le permite realizar cualquier tipo de promociones, reflejándose en la clase media- alta y alta, esta cuenta con tres locales: Av. Remigio Crespo y Federico Proaño; Totoracocha y Mall del Rio. Dada la situación actual de la economía del país es una amenaza para Pizza Hut toda vez que los consumidores preferirían productos más económicos.

Tabla 9:

Competencia Directa

PRONTO PIZZA	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar a nuevos mercados o segmentos. • Expandir una nueva línea de productos. • Crecimiento rápido en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia fuerte relacionado con Pizza Hut. • Incremento de ventas de productos sustitutos. • Cambio en las necesidades y gustos de los compradores.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación en zonas comerciales. • Marca reconocida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escases de sucursales. • El servicio a domicilio cubre pocas zonas de la ciudad.

PRONTO PIZZA	
<ul style="list-style-type: none"> • Recursos financieros adecuados. • Tecnología. 	

Elaborado por: Las autoras

Como competencia directa también está Pronto Pizza con el 29%, debido a que el formato y concepto de negocio es similar al de Colombia Pizza, ofreciendo productos tales como: colas, helados, lasañas, pizza, entre otras; otra de sus ventajas es la ubicación que está dentro de la zona comercial de la Ciudad, además del servicio a domicilio bien posicionado en el mercado.

Competidores indirectos: Colombia Pizza al ofrecer una diversidad de productos que están enfocados a diferentes consumidores, se enfrenta a varios competidores que bien es cierto no ofrecen el mismo producto, también los clientes pueden acudir a: pollerías, picanterías, heladerías, cafeterías, etc. y entre los más fuertes se encuentran:

- Los Kanibales
- KFC
- Tutto Freddo

Tabla 10:

Competencia Indirecta

LOS KANIBALES	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidades de expansión. • Facilidad al acceso al cliente. debido a los productos que ofrece. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fácil acceso de los competidores • Imitación del servicio por parte de la competencia • Alta competitividad.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con sucursales en diversas zonas de la ciudad • Los precios a los productos son accesibles • Cuenta con variedad en productos 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuentan con transporte propio para los servicios a domicilio. • Cuenta con calificación B del ARCSA. • Personal poco capacitado

KFC	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tecnologías. • Crecimiento demográfico. • Alianzas estratégicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Alta competencia • Cambio en los hábitos alimenticios.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocida a nivel Nacional • Posicionamiento en el mercado. • Atención al cliente adecuado. • Variedad de productos. • Locales en zonas comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios a domicilio tardío. • Costo de franquicias limita el crecimiento. • Rotación del personal.
MONTE BIANCO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Expandir la franquicia. • Crear nuevas líneas de helados con bajo nivel de calorías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores. • Pérdida de convenios con proveedores estratégicos. • Cambio de gustos y preferencias de los consumidores.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Marca reconocida en el mercado. • Calidad del producto. • Empresas repartidas a nivel nacional lo cual permite una amplia cobertura del mercado. • Posicionamiento en el mercado • Capacidad de expansión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de espacio físico en los locales. • Falta de capacitación al personal de servicio al cliente. • Falta de servicio a domicilio • Publicidad insuficiente.

Elaborado por: Las autoras

2.2.4 Demanda

Con la implementación del nuevo local se pretende cubrir la demanda de las personas que acuden al centro histórico por diversos motivos, en donde los productos están destinados a un nivel socio económico bajo y medio, debido a su precio. Nuestro segmento de mercado está dirigido a la zona urbana de la Ciudad de Cuenca, es decir a una población de 329.928, en base a las encuestas aplicadas, se pudo determinar que el 80% consumen pizza es decir 263.942 personas, sin embargo, de este porcentaje no se puede determinar el número exacto que consumen en otros establecimientos que ofrecen el mismo producto.

Tabla 11:

Población del Ecuador

POBLACIÓN	
Población Total del Ecuador (2016)	16.555.387
Azuay	712.127
Cuenca	505.585
Población Urbana de Cuenca	329.928
	(Nuestro segmento de mercado objetivo)

Fuente: (INEC)

Elaborado por: Las autoras

2.2.5 Precio

El precio se ha establecido en base al consumo quincenal promedio, ya que el 62% consume en este periodo, el mismo que resultó ser de \$25.00 (el 67% consume de \$20.00 a \$30.00), determinado en base a las encuestas. Para un análisis futuro es necesario establecer el promedio en dólares solo de pizza, el cual reflejó el 80% de consumo, es decir \$20.00 están destinados estrictamente para el consumo de pizza y los \$5.00 en productos complementarios que ofrece la empresa y especialmente ensalada de frutas.

Tabla 12:

Consumo Promedio de pizza

PRODUCTOS	Consumo quincenal promedio (\$25)
Consumo de pizza (80%)	\$20,00
Otros productos (20%)	\$5,00
Consumo promedio quincenal	\$25,00

Elaborado por: Las autoras

2.2.6 Comercialización

Según las encuestas realizadas el 60% de las personas optarían por conocer de la empresa mediante las Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram), y un 40% a través de aplicaciones y publicidad en radio, lo cual implicaría un costo, aunque si resultaría beneficioso.

Los productos que ofrece Colombia Pizza serán comercializados de manera directa en el local, el mismo que tendrá una infraestructura adecuada que permita abastecer a la totalidad de la demanda en el Centro Histórico y mediante los servicios a domicilio cubrir al sector, mejorando los tiempos de entrega y la conformidad de los requerimientos del cliente.

Como se determinó anteriormente, los principales competidores de Colombia Pizza son Pizza Hut y Pronto Pizza; en base a esto se pretende establecer los medios que permitan igualar o superar a dichas empresas. Para la ampliación con el nuevo local se requiere incurrir en los siguientes costos:

- La publicidad en las Redes Sociales, tendría un costo aproximado de \$200,00 mensuales, en el caso de la publicidad en Radio se realizará en los cortes comerciales, la cual tendrá un costo de \$250,00 mensuales.
- Se implementará un letrero en la parte central del nuevo local, el cual tendrá un costo de \$350,00; adicionalmente se adquirirán lonas con las promociones con un costo de \$80,00.
- Las adecuaciones y diseño dentro del local (televisores, cuadros, estantes, etc.) generaría un costo de \$2000,00.

Para la distribución del producto final, en los servicios a domicilio, será necesario la adquisición de una moto y adicional a esta la estructura que permite transportar el producto, alcanzando un costo de \$1600,00. Igualmente es necesario la obtención de permisos, proporcionar mantenimiento y adquisición de combustible con un costo de \$200,00, \$100,00 y \$50,00, respectivamente.

Tabla 13:*Comercialización y distribución del producto*

COMERCIALIZACIÓN			
		COSTOS	\$2880,00
Publicidad	Redes Sociales	\$200,00	mensuales
	Radio	\$250,00	mensuales
Letrero		\$350,00	
Lonas (2)		\$80,00	
Adecuaciones	Televisión, cuadros, estantes, etc.	\$2.000,00	
DISTRIBUCIÓN			
		COSTOS	\$1.862,00
Moto (1) y estructura		\$1.600,00	
Combustible		\$50,00	Mensual
Mantenimiento		\$12,00	Mensual
Reglamentación		\$200,00	
TOTAL COSTOS (Comercialización y Distribución)			\$4.742,00

Elaborado por: Las autoras

2.2.7 Estrategia de Marketing

Las estrategias de marketing en este negocio pretenden captar nuevos clientes tratando de ganar mercado en comparación a la competencia.

Como se mencionó en el punto anterior, para el conocimiento del nuevo local se pretende realizar la publicidad a través de dos medios, tales como: Redes Sociales y Radio.

✓ Promociones:

- Por la compra de una pizza mediana, familiar, o jumbo se entregará una bebida de 1.5 litros gratis, generando un costo para la empresa de \$200.00 mensuales.
- Cumpleañero: al presentar la cedula de identidad se hará acreedor de un producto de heladería con un costo de \$5.00.
- Pago en Efectivo: por cualquier compra de los productos que ofrece la empresa, al pagar en efectivo se realizará un descuento del 10% que representaría \$350.00 mensual.

- Redes Sociales: Por compartir la publicación de la empresa, entrará en un sorteo para hacerse acreedor a una pizza pequeña, esta se realizará dos veces al mes con un costo de \$12.00.
- ✓ Descuentos: Los días martes se realizará descuentos a las pizzas de tamaño Familiar del 25%, que generaría un gasto para la empresa de \$50.00 mensuales.

Tabla 14:
Estrategias de Marketing

ESTRATEGIAS DE MARKETING			
			COSTO
PROMOCIONES	Bebida gratis	\$200,00	mensuales
	Cumpleañero	\$50,00	
	Pago en efectivo	\$350,00	
	Redes sociales	\$12,00	
DESCUENTOS	25% días Martes	\$50,00	
TOTAL COSTOS		\$662,00	

Elaborado por: Las autoras

2.3 Estudio Técnico

2.3.1 Tamaño óptimo

Según los requerimientos que la empresa exige debido a la actividad a la que se dedica, es indispensable que el lugar cuente con las siguientes características: una sala amplia que contenga al menos 15 mesones con sus respectivas sillas, un área de servicio al cliente, espacio para heladería, mínimo dos baños, una amplia área de producción con su respectiva cocina.

El siguiente gráfico muestra un prototipo de cómo se proyectaría que sea la parte interna del nuevo local; la capacidad que se podría garantizar con esta estructura sería de 60 personas.

Gráfico 3:

Prototipo del nuevo local



Elaborado por: Las autoras

Al tratarse de un sector turístico, el precio de compra de un inmueble resultaría altamente costoso y su construcción no sería posible ya que la zona no dispone de espacios libres que lo permitan; por lo tanto la opción más viable es el arrendamiento de un inmueble que admita llevar a cabo las actividades de manera adecuada.

El precio aproximado de arrendamiento en la zona del Parque Calderón es de \$1500.00 al mes.

2.3.2 Análisis de disponibilidad de insumos y materias primas

Para determinar la disponibilidad de insumos y materias primas, nos hemos enfocado en el producto principal de la empresa, que es la pizza.

Tabla 15:

Disponibilidad de insumos y materias primas

PRESUPUESTO DE REQUERIMIENTO DE MATERIALES				
INGREDIENTES	UNIDADES		P. UNITARIO	COSTO TOTAL
Queso	184	Bloques	22,00	\$ 4.054,60
Harina	34	Unid	25,00	\$ 855,83
Salsa Pizza	11	Envases	4,00	\$ 44,20
Gaseosas	70	Pacas/12	8,25	\$ 573,51
Frutas	3	Libras	12,00	\$ 31,76

PRESUPUESTO DE REQUERIMIENTO DE MATERIALES				
INGREDIENTES	UNIDADES		P. UNITARIO	COSTO TOTAL
Longaniza	21	Bloques	22,00	\$ 467,50
Salsas Y Mayonesas	16	Cajas	15,00	\$ 237,75
Champiñón	29	Tarros	11,00	\$ 314,97
Jamón	21	Bloques	11,25	\$ 238,78
Salami	46	Bloques	4,25	\$ 197,20
Cajas	264	Pequeña	0,37	\$ 97,66
	242	Mediana	0,42	\$ 101,62
	341	Familiar	0,5	\$ 170,46
	264	Jumbo	0,6	\$ 158,37
Pimiento	18	Unidades	17,07	\$ 311,53
Cebolla	7	Unidades	28,72	\$ 190,80
TOTAL				\$ 8.046,53

Elaborado por: Las autoras

El pronóstico está realizado de forma mensual, en el cual consta cada uno de los insumos necesarios con sus respectivos costos; dando como resultado un total de \$8046.53.

Para la disposición de cada uno de estos productos es necesario contar con varios proveedores, como los que se relacionan a continuación:

Tabla 16:

Proveedores Colombia Pizza

PROVEEDORES DE COLOMBIA-PIZZA	
PROVEEDOR	INSUMO QUE PROVEE
PROLOCEKI	QUESO MOZARELLA EL KIOSKO
ALIMENTOS CHONTALAC CIA. LTDA	QUESO MOZARELLA LA CHONTA
COCA-COLA	BEBIDAS GASEOSAS
LA ITALIANA	EMBUTIDOS
EL COMPETIDOR	HARINA
LAURA NARVAEZ	CHAMPIÑONES
DYCOM	ACEITES, SERVILLETAS, SALSAS
SABORA	OREGANO Y ESPECIAS
MARCAL GOURMET	PASTAS, MAYONESAS, MOSTAZAS
ARCOR	CARAMELOS
CARTOPELL	CAJAS PARA PIZZA

PROVEEDORES DE COLOMBIA-PIZZA	
PROVEEDOR	INSUMO QUE PROVEE
TOPSY	HELADOS
PAPELERIA MONSALVE	PAPELERIA
ALL COMPUT	EQUIPOS DE OFICINA
FERIA LIBRE	MERCADO DE VEGETALES
MERCADO 12 DE ABRIL	FALTANTES DIARIOS

Elaborado por: Las autoras

2.3.3 Análisis de la Capacidad

El local que se pretende dar uso por medio de arrendamiento, debe tener una capacidad para 60 personas, aperturando los 7 días a la semana, lo que resultaría al mes un total de 1680 personas.

Tabla 17:

Capacidad en nuevo local

CAPACIDAD DISPONIBLE EN LOS COMEDORES	60 PERSONAS	Días de atención	Capacidad semanal	Capacidad mensual	Capacidad anual
		7 DÍAS	420 PERSONAS	1.680 PERSONAS	20.160 PERSONAS

Elaborado por: Las autoras

2.3.4 Análisis de la Ubicación

Según las encuestas realizadas a las personas que frecuentan el Centro Histórico, el lugar que tuvo mayor acogida fue la zona del Parque Calderón, ya que este cuenta con mayor valor patrimonial en comparación con el resto de lugares.

Gráfico 4:

Ubicación del nuevo local



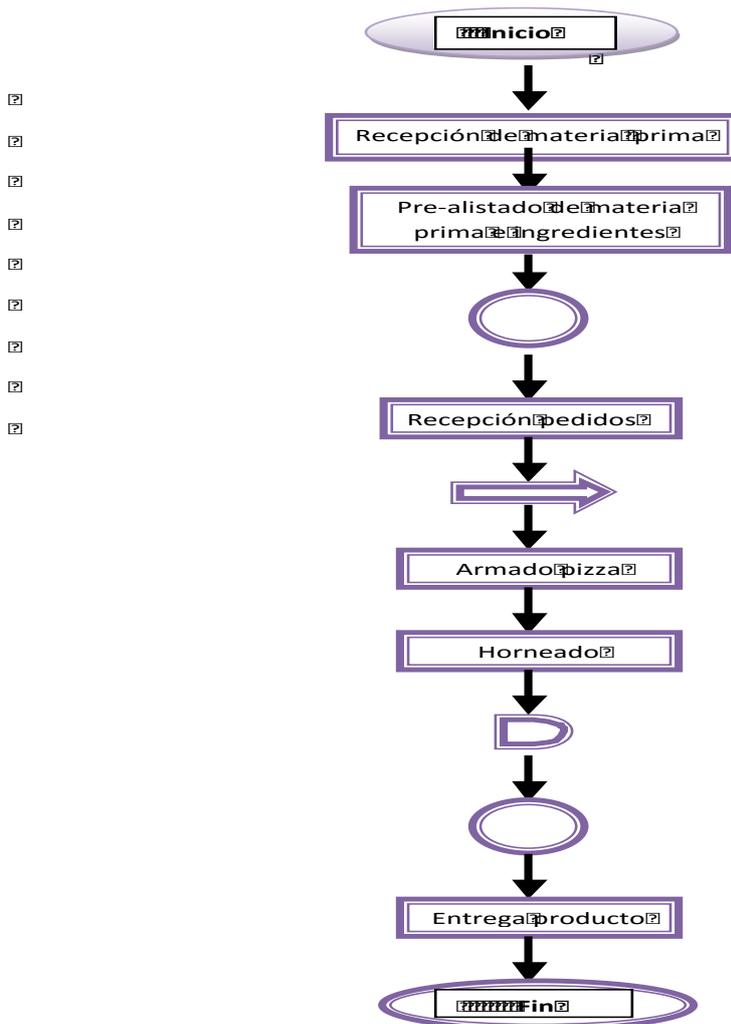
Fuente: (Google map, 2016)

El Parque Calderón al ser un lugar con valor patrimonial, tiene varios atractivos turísticos, lo cual genera una alta acogida tanto de habitantes de la ciudad como de los turistas; este lugar sirve en varias ocasiones como escenario de diversos eventos culturales, históricos, entre otros. Al ser un lugar turístico existe una alta competencia tanto de productos directos como indirectos que ofrece Colombia Pizza.

2.3.5 Proceso productivo

El proceso de producción para Colombia Pizza, está estructurada de la siguiente manera; para una mejor visualización de la misma se ha realizado a través de un flujo grama.

Gráfico 5:
Proceso productivo



Elaborado por: Las autoras

2.3.6 Maquinaria, equipos y herramientas

Para la obtención del producto final, es necesario el uso de diversos equipos, herramientas y maquinaria adecuados para que el proceso de producción sea eficiente.

Tabla 18:

Maquinaria, Equipos y Herramientas

Descripción	CANT	U. MED	PRECIO UNIT	TOTAL
Maquinaria				36.740,00
Horno a Gas Doble Planta	1	UNID	30.000,00	30.000,00
Amasadora	1	UNID	3.500,00	3.500,00
Rayadora De Queso	1	UNID	700,00	700,00
Micro-Ondas	1	UNID	180,00	180,00
Cocina Semi-Industrial	1	UNID	560,00	560,00
Refrigeradoras Panorámicas	2	UNID	900,00	1.800,00
Equipos				2.700,00
Computadora	2	UNID	700,00	1.400,00
Impresora	2	UNID	200,00	400,00
Equipo de Sonido	1	UNID	300,00	300,00
Plasma	1	UNID	600,00	600,00
Herramientas				1.206
Cuchillos	7	UNID	30,00	210,00
Cucharas	12	UNID	1,00	12,00
Rodillos	2	UNID	30,00	60,00
Ollas	6	UNID	30,00	180,00
Jarras	4	UNID	3,00	12,00
Bandejas	7	UNID	6,00	42,00
Tablas de Picar	4	UNID	4,00	16,00
Latas de Pizza	30	UNID	15,00	450,00
Cucharones	7	UNID	2,00	14,00
Bases Para Pizza	30	UNID	7,00	210,00
Muebles y Enseres				2.600,00
Mesas y Sillas (4)	15	JUEGOS	120,00	1.800,00
Estantes	1	UNID	300,00	300,00
Mesa de Producción	1	UNID	200,00	200,00
Lámparas	2	UNID	40,00	80,00
Espejos	2	UNID	15,00	30,00
Cristalería	12	COPAS	2,50	30,00
Vajilla (Platos y Cubiertos)	6	DOCENAS	40,00	160,00
Otros				1600,00
Moto	1	UNID	1600	1600,00
Total				44.846,00

Fuente: Elaborado por las autoras

El total a invertir en herramientas, maquinarias, equipos y muebles enseres, generaría un total de \$ 44.846,00.

2.3.7 Talento Humano

Colombia Pizza actualmente maneja políticas de reclutamiento y las normas establecidas por la misma, el cual se detallará a continuación:

Políticas de reclutamiento:

- La oferta de los puestos de trabajo se realiza a través de un medio de comunicación escrito.
- Los puestos de ascenso tienen prioridad con el personal que ya labora dentro del establecimiento y que se ha desempeñado con méritos y excelencia.
- Es de norma general exigir la presentación de referencias del candidato.

Políticas de selección:

- La recepción y análisis de las hojas de vida corresponde a la administración del local.
- Para todos los cargos se escogen 3 candidatos, que se llamarán a una entrevista en la que estará presente el administrador.
- El candidato elegido se someterá a la comprobación de las referencias presentadas en su carpeta.

Políticas de contratación:

- A toda persona elegida se le hace un contrato de tres meses, de prueba y si cumple con los parámetros del cargo inmediatamente será incorporada a la nómina con un contrato de un año. Código de trabajo Art. 15 (2015)
- El sueldo, los horarios, días libres, responsabilidades generales, disponibilidad de tiempo, y preguntas que en entrevistado pueda tener son aclarados el día de la selección.

- Será de obligatorio cumplimiento que las personas elegidas estén dispuestas a guiarse por las normas y procedimientos de la empresa.

Políticas de capacitación y entrenamiento:

- La incorporación del colaborador al equipo de trabajo, se realiza con la presentación de sus compañeros y se le asigna a la persona de mejor de desempeño para que se encargue de familiarizarlo con el ambiente de trabajo.
- El jefe de producción y recursos humanos entrega un esquema al nuevo integrante con las pautas de trabajo correspondientes.
- Se le provee de los uniformes y/o utensilios necesarios para el desempeño de su trabajo.
- El nuevo empleado cuenta con un mes, para perfeccionar su labor, realizar preguntas sobre sus oficios y mejorar las técnicas sin que tenga llamados de atención.

Políticas de remuneración:

- El salario es cancelado mensualmente en una cuenta bancaria en los primeros días de cada mes.
- Además de su salario el personal de Colombia- Pizza cuenta con el almuerzo y su merienda.

Políticas de motivación:

- La política salarial formará parte de la motivación.
- Se cuenta con un plan de delegación de confianza para integrar al personal.

Políticas de desvinculación

Voluntaria:

- Se le exige al empleado previo aviso con mínimo de 30 días de anticipación.

- Se pide carta de renuncia por escrito a fin de minimizar riesgos legales de la empresa en caso de demandas.

Involuntaria

- El patrono avisa con 30 días de anticipación al empleado el motivo por el que desea que se desvincule de la empresa.
- Colombia-Pizza facilita su estadía, mientras cumple con sus funciones para no causar malestar en el personal que continúa laborando.
- Se cumple con el pago de lo previsto por la ley en el momento del retiro a fin de que la empresa se evite posibles demandas.

Manual de normas básicas para el personal de Colombia Pizza.

- Los horarios de entrada deben respetarse y llegar con máximo 10 minutos de atraso.
- Deben mantener los uniformes bien limpios y vestidos según el día de asignación correspondiente.
- El uso de celulares se hará solo en casos de emergencia y las llamadas no podrán ir más allá de los 90 segundos.

Sueldos

Para la ampliación de un nuevo local será necesario contar con siete colaboradores en distintas áreas, los cuales tendrán un sueldo en base a las actividades y responsabilidades a cumplir; se requerirá la contratación de una cajera, dos meseras, un ayudante de producción, un rellenador, un hornero y un cocinero.

A continuación se detallará los sueldos percibidos conforme a las horas trabajadas conforme al horario de trabajo y adicionalmente todos los beneficios de ley correspondientes.

Tabla 19:*Horarios de trabajo*

CARGOS	HORARIO DE TRABAJO
Cajera	15H00 - 23H00
Mesera 1	12H00 - 15H00 / 18H00 - 23H00
Mesera 2	15H00 - 23H00
Ayudante De Producción	12H00 - 15H00 / 18H00 - 23H00
Rellenador	15H00 - 23H00
Cocinero	15H00 - 23H00
Hornero	15H00 - 23H00
Mensajero	15H00 - 23H00

Elaborado por: Las autoras

Los horarios para los cinco colaboradores: cajera, una mesera, rellenador, cocinero, hornero y el mensajero, va a ser el mismo, el cual comprende de 15H00 - 23H00 en el caso de ayudante de producción y una mesera el horario va ser diferente, entre 12H00 - 15H00 y las 18H00 - 23H00, estos dos horarios serán cumplidos en donde el descanso se otorgará entre días a la semana; lo que significa que la empresa tendrá que cubrir recargos en horas extraordinarias con el 100% por tratarse de fines de semana y nocturnas con el 25% de recargo a partir de las 7pm. Código de Trabajo Art. 55 (2015)

Tabla 20:*Sueldos mensuales sin beneficios sociales*

CARGOS	Sueldo mensual	Número de horas laboradas al mes	# de horas / Jornada diurna	# de horas/jornada nocturnas 25%	# de horas extraordinarias 100%	Sueldo total mensual
			48	48	64	
Cajera	510	160	\$ 153,00	\$ 137,25	\$ 292,80	\$ 583,05
Mesera 1	410	160	\$ 123,00	\$ 137,25	\$ 292,80	\$ 553,05
Mesera 2	410	160	\$ 123,00	\$ 137,25	\$ 292,80	\$ 553,05
Ayudante de produccion	530	160	\$ 159,00	\$ 137,25	\$ 292,80	\$ 589,05
Rellenador	440	160	\$ 132,00	\$ 137,25	\$ 292,80	\$ 562,05
Cocinero	490	160	\$ 147,00	\$ 137,25	\$ 292,80	\$ 577,05
Hornero	420	160	\$ 126,00	\$ 137,25	\$ 292,80	\$ 556,05
Mensajero	440	160	\$ 132,00	\$ 137,25	\$ 292,80	\$ 562,05
TOTAL			\$ 1.095,00	\$ 1.098,00	\$ 2.342,40	\$ 4.535,40

Elaborado por: Las autoras

Tabla 21:*Sueldos anuales incluidos beneficios sociales*

CARGOS	Sueldo total anual	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE IESS 12,15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
Cajera	\$ 6.996,60	\$ 583,05	\$ 366,00	\$ 291,53	\$ 850,09	\$ 582,82	\$ 9.670,08
Mesera 1	\$ 6.636,60	\$ 553,05	\$ 366,00	\$ 276,53	\$ 806,35	\$ 552,83	\$ 9.191,35
Mesera 2	\$ 6.636,60	\$ 553,05	\$ 366,00	\$ 276,53	\$ 806,35	\$ 552,83	\$ 9.191,35
Ayudante de producción	\$ 7.068,60	\$ 589,05	\$ 366,00	\$ 294,53	\$ 858,83	\$ 588,81	\$ 9.765,82
Rellenador	\$ 6.744,60	\$ 562,05	\$ 366,00	\$ 281,03	\$ 819,47	\$ 561,83	\$ 9.334,97
Cocinero	\$ 6.924,60	\$ 577,05	\$ 366,00	\$ 288,53	\$ 841,34	\$ 576,82	\$ 9.574,33
Hornero	\$ 6.672,60	\$ 556,05	\$ 366,00	\$ 278,03	\$ 810,72	\$ 555,83	\$ 9.239,22
Mensajero	\$ 6.744,60	\$ 562,05	\$ 366,00	\$ 281,03	\$ 819,47	\$ 561,83	\$ 9.334,97
TOTAL	\$ 54.424,80	\$ 4.535,40	\$ 2.928,00	\$ 2.267,70	\$ 6.612,61	\$ 4.533,59	\$ 75.302,10

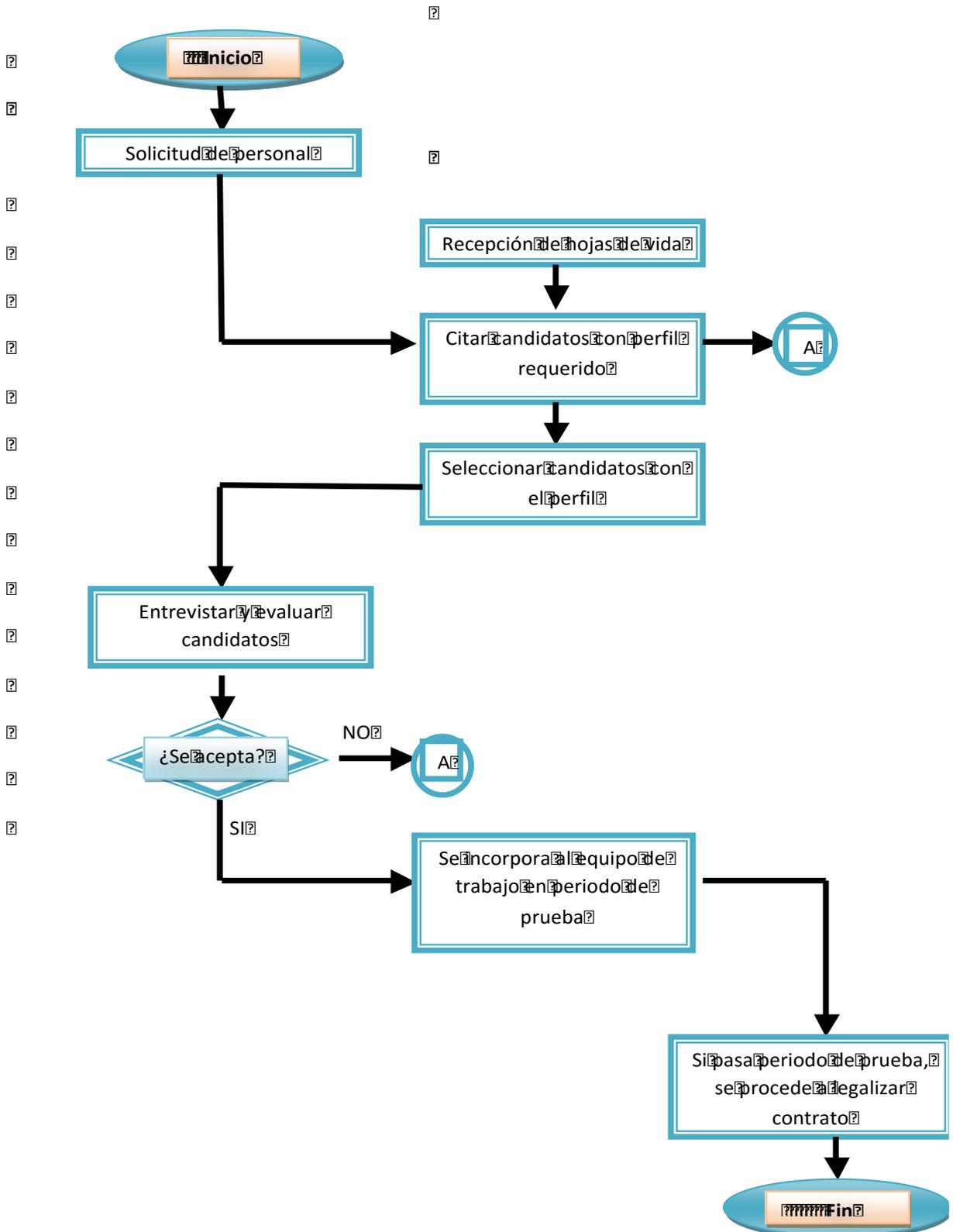
Elaborado por: Las autoras

El total de que la empresa deberá cubrir de manera anual, pagando décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, aporte patronal y fondos de reserva 8,33% (a partir del segundo año), Código de Trabajo Art. 196 (2015), será de **\$75.302,10** más los sueldos al administrador y contador que están prorrateados con los otros locales ya existentes resultando un total de **\$76.802,09**.

Gráfico 6:

Proceso de contratación al personal de Colombia Pizza

PROCESO DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL



Elaborado por: Las autoras

2.3.8 Costos de producción

Tabla 22:

Costos de Producción

PRESUPUESTO DE REQUERIMIENTO DE MATERIALES				
INGREDIENTES	UNIDADES		P. UNITARIO	COSTO TOTAL
MATERIA PRIMA				\$ 8.046,53
Queso	184	Bloques	22,00	\$ 4.054,60
Harina	34	Unid	25,00	\$ 855,83
Salsa Pizza	11	Envases	4,00	\$ 44,20
Gaseosas	70	Pacas/12	8,25	\$ 573,51
Frutas	3	Libras	12,00	\$ 31,76
Longaniza	21	Bloques	22,00	\$ 467,50
Salsas Y Mayonesas	16	Cajas	15,00	\$ 237,75
Champiñón	29	Tarros	11,00	\$ 314,97
Jamón	21	Bloques	11,25	\$ 238,78
Salami	46	Bloques	4,25	\$ 197,20
Cajas	264	Pequeña	0,37	\$ 97,66
	242	Mediana	0,42	\$ 101,62
	341	Familiar	0,5	\$ 170,46
	264	Jumbo	0,6	\$ 158,37
Pimiento	18	Unidades	17,07	\$ 311,53
Cebolla	7	Unidades	28,72	\$ 190,80
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				\$ 1.400,00
Limpieza	4	Unid	2,60	\$100,00
Servicios básicos (agua, luz, teléfono)				\$600,00
Gas industrial, doméstico				\$400,00
Internet				\$42,00
Guantes	4	Paquetes	4,50	\$18,00
Uniformes	6	Uniformes	40,00	\$240,00
TOTAL				\$9446.53

Elaborado por: Las autoras

2.4 Estudio Administrativo, Organizativo y Legal

2.4.1 Tamaño de la estructura organizativa

Para el nuevo local de Colombia Pizza la estructura organizativa será establecida de forma vertical, la cual está compuesta de siete personas, la Gerente Propietaria del mismo será la encargada de contratar y delegar las diversas funciones de cada miembro

de la organización; para el departamento de producción se requerirá de tres personas, un cocinero, un ayudante de producción y un rellenador los cuales cumplirán las actividades del mismo.

Adicionalmente se contará con dos meseras y una cajera la cual se encargará de vigilar y controlar la buena atención al cliente, y una persona que se encargará de los servicios a domicilio.

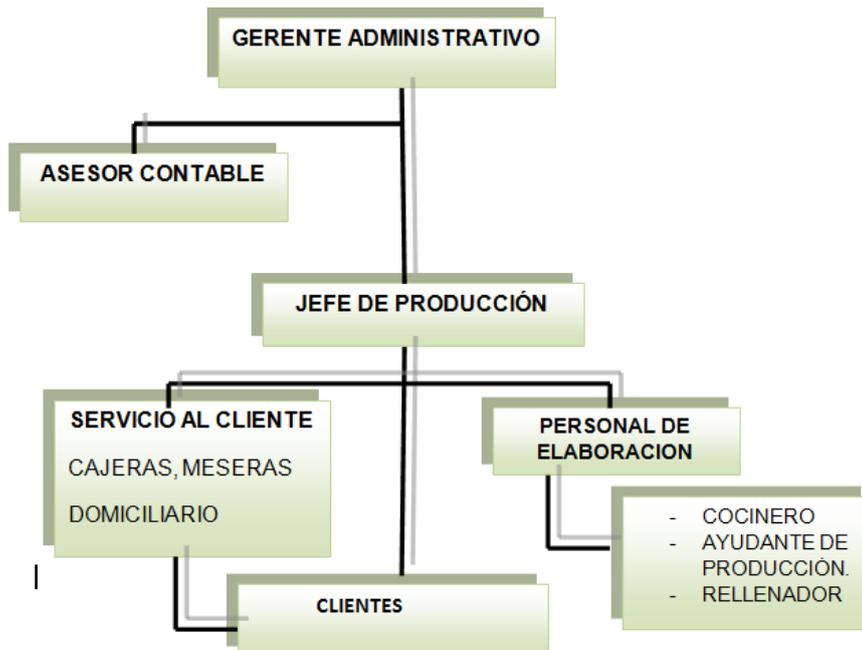
2.4.2 Tipo de organización

Colombia Pizza al ser una empresa que ya tiene más de 10 años en el mercado, está constituida como persona natural la misma que le ha traído ciertas ventajas, tales como: la documentación requerida es mínima, rápida y menos costosa que en el caso de trabajar como persona jurídica y también el control y la administración depende de una sola persona.

2.4.3 Organigrama

Gráfico 7:

Organigrama Colombia Pizza



Elaborado por: Las autoras

2.4.4 Funciones del personal

Para un correcto funcionamiento de la empresa es necesario contar con el mejor personal que se sienta comprometido con la misma y a su vez desarrolle las actividades a él asignadas de manera eficiente y eficaz; para lo cual es indispensable desarrollar perfiles de puestos que permitan conocer las habilidades de los trabajadores que se pretenda contratar.

Seguidamente se presentarán cinco perfiles para cada uno de los puestos de trabajo que el nuevo local necesitará.

Tabla 23:

Perfiles de puestos de trabajo Colombia Pizza

AYUDANTE DE PRODUCCIÓN, RELLENADOR, HORNERO	
PERFIL	Edad: más de 25 años Género: masculino Experiencia: mínima de un año en puestos similares.
RESPONSABILIDADES	* Controlar de la materia prima en buen estado al momento de la recepción * Conocimiento de los ingredientes necesarios. * Conocimiento del uso y manejo de la maquinaria.
COCINERO	
PERFIL	Edad: más de 30 años Género: femenino Experiencia: mínima de un año en puestos similares.
RESPONSABILIDADES	* Limpieza del puesto de trabajo. * Preparación de la comida rápida. * Control las funciones de las meseras. * Uso adecuado de los implementos.
MESEROS	
PERFIL	Edad: más de 18 años Género: indiferente Experiencia: mínima de 6 meses en puestos similares.

RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> * Recepción pedidos. * Conocimiento de la carta de Colombia Pizza. * Encargarse de la limpieza del local. * Mantener en stock todos los implementos requeridos por el cliente (servilletas, salsas, cucharas, bebidas, etc.)
CAJERA	
PERFIL	<p>Edad: más de 18 años</p> <p>Género: femenino</p> <p>Experiencia: mínima de 1 año en puestos similares.</p>
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> * Cobro a clientes. * Realizar cierre de caja. * Controlar a las meseras. * Entregar la contabilidad de forma semanal a la contadora. * Pago a proveedores.
DOMICILIARIO	
PERFIL	<p>Edad: De 19 a 30 años</p> <p>Género: masculino</p> <p>Experiencia: mínima de 6 meses en puestos similares.</p>
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento de las rutas de la Ciudad de Cuenca. * Contar con la licencia. * Ayudar continua al personal de cajas para el servicio a domicilio. * Entrega puntual del producto al lugar de destino. * Cobro correcto de dinero del producto a domicilio. * Responsabilidad del uso del medio de transporte (moto).

Elaborado por: Las autoras

2.4.5 Permisos

Mediante la información que proporciona el Municipio de Cuenca (2016), para el funcionamiento de un negocio es necesario obtener una serie de permisos otorgados por diferentes instituciones que garantizan el buen funcionamiento de la misma, sin embargo Colombia Pizza al ser una empresa que ya viene funcionando hace 10 años ya cuenta con algunos de estos; la implementación de una sucursal en el Centro Histórico de la Ciudad requiere de los siguientes trámites:

- **Certificado de Funcionamiento**



El Certificado de funcionamiento se obtiene presentando en el Municipio de Cuenca - Áreas Históricas, los siguientes documentos: el RUC, la patente, la cédula y el certificado de votación del responsable de la empresa; dicho certificado tendrá un costo aproximado de \$15,26 por tratarse de un restaurante.

- **Permiso de Cuerpo de Bomberos**



Otro requisito para el funcionamiento de un negocio es el permiso del Cuerpo de Bomberos, según El Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca (2016), será a quienes se deberá presentar la solicitud del permiso del Municipio, la copia de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario de la empresa, inspección de las instalaciones que garanticen la seguridad y permitan evitar incendios, y por último el responsable de la empresa deberá cumplir cada una de las condiciones que el inspector exija; el costo de este permiso será de \$ 32,94 (9% de una remuneración básica unificada)

- **Ministerio de Salud Pública**



La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2016), mediante El Ministerio de Salud Pública otorga una certificación que permite al dueño de un negocio la producción, distribución y comercialización de productos de consumo humano. Para la obtención de este permiso es necesario lo siguiente:

- Llenar una solicitud dirigida al Director Técnico de Registro Sanitario.

- Se deberá adjuntar requisitos como: ficha técnica de todos los productos, diagrama de los procesos para la elaboración de los productos y carta de no comercialización de materias primas.
- Se tendrá que entregar la solicitud en la secretaría General del Arcsa.
- Una vez cumplido con estos requisitos, se podrá retirar el certificado después de 5 a 7 días en el ARCSA.

La adquisición de esta certificación tendrá un costo de \$84,96 por tratarse de un restaurante.

- **Ministerio de Turismo**



Para obtener la certificación de registro de turismo, El Ministerio de Turismo (2016) establece que será necesario presentar los siguientes documentos:

- Copia de cédula.
- Certificado de votación.
- Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- Contrato de arrendamiento, y
- Lista de precios que ofertan.
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

Esta documentación se deberá presentar en el Ministerio, para que la misma determine una categoría al negocio y establezca un precio al permiso, en el cual es necesario el pago del uno por mil, es decir en base a nuestro proyecto será de \$ **43, 25**.

Tabla 24:

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA	36.740,00
HERRAMIENTAS	1.206,00
MUEBLES Y ENSERES	2.600,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.700,00
TOTAL	\$ 43.256,00

Elaborado por: Las autoras

- **Intendencia General de Policía**

La Intendencia General de Policía es el encargado de proporcionar estos permisos de manera anual, el cual va depender de la actividad del negocio, Colombia Piza al tratarse de una empresa que está dentro de la línea restaurantes, deberá presentar lo siguiente:

- RUC
- Patente Municipal
- Permiso uso de suelo
- Dirección de salud
- Certificado Cuerpo de Bomberos.
- Inspección Intendencia
- Permiso de Turismo

Este permiso tiene un costo de \$250,00.

**CAPÍTULO III – ESTUDIO ECONÓMICO, EVALUACIÓN DEL PROYECTO
Y MEDICIÓN DE IMPACTOS**

3.1 Plan de inversiones y fuentes de financiamiento

Tabla 25:

Plan de inversión y fuentes de financiamiento

ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS		
Maquinaria	\$ 36.740,00	
Equipos	\$ 2.700,00	
Herramientas	\$ 1.206,00	
Muebles y Enseres	\$ 2.600,00	
Moto	\$ 1.600,00	
TOTAL	\$ 44.846,00	65%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Constitución	426,41	
Comercialización (publicidad)	2.880,00	
TOTAL	3.306,41	5%
CAPITAL DE TRABAJO		
Capital de Trabajo Operativo	16.586,89	
Capital de Trabajo Administración y Ventas	3.986,91	
TOTAL	20.570,79	30%
INVERSION TOTAL	68.723,20	100%

Fuente: Realizado por las autoras

Como se refleja en el cuadro anterior, se encuentran todos los activos necesarios para llevar a cabo el proyecto, en el cual en activos fijos operativos representan el 65% enfocado en maquinaria, equipos, herramientas, muebles, enseres y una moto que se requerirá exclusivamente para el servicio a domicilio; en cuanto al capital de trabajo pertenece al 30% del total de la inversión en activos reflejado especialmente en pago de sueldos, y por ultimo con el 5% de activos diferidos que conlleva gastos de constitución y comercialización.

Tabla 26:

Factor caja

	DIAS
Factor Caja	36
Crédito a clientes (locales)	0
Crédito a clientes (extranjero)	0
Crédito de proveedores	30
Inventario de productos terminados	1
Inventario de productos en proceso	5
Inventario de materias primas	30
Inventario de materiales indirectos	30

Fuente: Realizado por las autoras

En la tabla anterior se muestra como están distribuido los días para financiar la operación del negocio que se requiere implementar, se reflejan 30 días en el crédito a proveedores, 1 día en inventario de productos terminados, 5 días en el inventario de productos en proceso, 30 días en el inventario de materia prima y materiales indirectos; esto se debe a que la empresa ofrece productos no duraderos que no tienen mucho tiempo de rotación y exige la cancelación inmediata por el cliente.

3.2 punto de equilibrio

Tabla 27:

Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra directa	56.297,04	56.297,04	56.297,04	56.297,04	56.297,04
Mano de obra Indirecta		0,00	0,00	0,00	0,00
Materiales Directos	83.296,57	87.461,40	91.834,47	96.426,20	101.247,51
Materiales Indirectos	6.222,92	6.534,06	6.860,77	7.203,81	7.564,00
Suministros y Servicios	16.800,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00
Costos indirectos	6.482,92	6.794,06	7.120,77	7.463,81	7.824,00
Mantenimiento	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
Depreciaciones	5.014,60	5.014,60	5.014,60	5.014,60	5.014,60
Amortizaciones	644,26	719,88	804,38	898,79	0,00
Gastos Administrativos	19.890,00	19.890,00	19.890,00	19.890,00	19.890,00
Gastos de Ventas	19.949,05	19.949,05	19.949,05	19.949,05	19.949,05
Gastos Financieros	3.534,34	2.671,44	1.707,26	629,91	
TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS	65.976,25	65.188,97	64.309,29	63.326,35	61.797,65
TOTAL COSTOS Y GASTOS VARIABLES	124.150,93	100.789,53	105.816,01	111.093,81	116.635,50
TOTAL VENTAS	214.819,75	225.560,74	236.838,78	248.680,72	261.114,75
PUNTO DE EQUILIBRIO	73%	52%	49%	46%	43%

Elaborado por: Las autoras

Según el gráfico del punto de equilibrio, para obtener rentabilidad en la empresa luego de cubrir todos los egresos, debe estar sobre el 53% en promedio de los 5 periodos.

3.3 Balance General Proyectado

Tabla 28:

Balance General Proyectado

Descripción	PREOP		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Activos Corrientes	25.547,24	35%	23.856,85	40%	28.391,53	49%	39.277,39	63%	56.971,74	77%
Caja - Bancos	23.877,20	32%	22.103,30	37%	26.504,90	46%	37.390,76	60%	55.085,11	75%
Cuentas por cobrar	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%	0,00	0%
inventario materia prima	1.670,04	2%	1.753,55	3%	1.886,63	3%	1.886,63	3%	1.886,63	3%
Activos Fijos Operativos		0%		0%		0%		0%		0%
Maquinaria	36.740,00	50%	36.740,00	62%	36.740,00	64%	36.740,00	59%	36.740,00	50%
Equipos	2.700,00	4%	2.700,00	5%	2.700,00	5%	2.700,00	4%	2.700,00	4%
Herramientas	1.206,00	2%	1.206,00	2%	1.206,00	2%	1.206,00	2%	1.206,00	2%
Muebles y enseres	2.600,00	4%	2.600,00	4%	2.600,00	4%	2.600,00	4%	2.600,00	4%
Moto	1.600,00	2%	1.600,00	3%	1.600,00	3%	1.600,00	3%	1.600,00	2%
Subtotal activos fijos	44.846,00	61%	44.846,00	76%	44.846,00	78%	44.846,00	72%	44.846,00	61%
(Depreciación acumulada)		0%	5.274,60	9%	10.549,20	18%	15.823,80	25%	21.098,40	29%
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	44.846,00	61%	39.571,40	67%	34.296,80	59%	29.022,20	46%	23.747,60	32%
ACTIVO DIFERIDO	3.306,41	4%	3.306,41	6%	3.306,41	6%	3.306,41	5%	3.306,41	4%
Amortización acumulada		0%	7.351,40	12%	8.214,30	14%	9.178,48	15%	10.255,83	14%
TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO NETO	3.306,41	4%	-4.044,99	-7%	-4.907,89	-8%	-5.872,07	-9%	-6.949,42	-9%
TOTAL ACTIVOS	73.699,65	100%	59.383,26	100%	57.780,44	100%	62.427,53	100%	73.769,92	100%
Cuentas por pagar		0%	14.758,69	25%	15.161,79	26%	15.161,79	24%	15.161,79	21%
Préstamos Inst. Financieras	35.000,00	47%	28.292,86	48%	20.154,18	35%	11.060,21	18%	898,79	1%
total de pasivos	35.000,00	47%	43.051,54	72%	35.315,97	61%	26.222,00	42%	16.060,58	22%
Patrimonio										
capital social	38.699,65	53%	13.716,03	23%	12.507,29	22%	13.906,22	22%	17.774,14	24%
reserva legal	0,00		0,00		261,57	0%	995,72	2%	2.229,93	3%
utilidad(perdida) retenida	0,00		0,00		2.354,12	4%	8.961,46	14%	20.069,38	27%
utilidad(perdida)neta			2.615,69	4%	7.341,49	13%	12.342,13	20%	17.635,88	24%
TOTAL PATRIMONIO	38.699,65	53%	16.331,71	28%	22.464,47	39%	36.205,53	58%	57.709,33	78%
PASIVO + PATRIMONIO	73.699,65	100%	59.383,26	100%	57.780,44	100%	62.427,53	100%	73.769,92	100%

Elaborado por: Las autoras

Según el Balance General Proyectado para los 5 años se puede evidenciar que la estructura de activos corresponde al 66% en promedio correspondiente en activos fijos lo que se justifica por la adquisición de la maquinaria para llevar a cabo la operación, en activos corrientes se muestra un aumento en cada periodo reflejado en disponibilidad de caja e inventario.

En el caso de los pasivos la mayor parte se encuentra destinada a deuda a largo plazo proveniente de préstamo de \$35.000 destinados para la adquisición de los equipos necesarios para la actividad del negocio, sin embargo esta disminuye en cada año operativo lo cual beneficia a la empresa al minimizar el riesgo de no poder cubrir la deuda.

3.4 Estado de Resultados Proyectados

Tabla 29:

Estado de Resultados Proyectados

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO											
		Año 1	% de ventas	Año 2	% de ventas	Año 3	% de ventas	Año 4	% de ventas	Año 5	% de ventas
Ventas		214.819,75	100%	225.560,74	100%	236.838,78	100%	248.680,72	100%	261.114,75	100%
- Costo de Ventas		146.076,53	68%	150.552,51	67%	155.252,28	66%	160.187,04	64%	165.368,54	63%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		68.743,22	32%	75.008,24	33%	81.586,50	34%	88.493,68	36%	95.746,21	37%
- Gastos de Administración		41.314,60	19%	41.314,60	18%	41.314,60	17%	41.314,60	17%	41.314,60	16%
- Gastos de Venta		19.949,05	9%	19.949,05	9%	19.949,05	8%	19.949,05	8%	19.949,05	8%
UTILIDAD OPERACIONAL		7.479,57	3%	13.744,59	6%	20.322,85	9%	27.230,03	11%	34.482,56	13%
- Gastos Financieros		3.534,34	2%	2.671,44	1%	1.707,26	1%	629,91	0%	0,00	0%
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION		3.945,23	2%	11.073,14	5%	18.615,58	8%	26.600,12	11%	34.482,56	13%
Participación Trabajadores	15%	591,78	0%	1.660,97	1%	2.792,34	1%	3.990,02	2%	5.172,38	2%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		3.353,45	2%	9.412,17	4%	15.823,25	7%	22.610,10	9%	29.310,18	11%
Impuesto a la Renta	22%	737,76	0%	2.070,68	1%	3.481,11	1%	4.974,22	2%	6.448,24	2%
UTILIDAD NETA		2.615,69	1%	7.341,49	3%	12.342,13	5%	17.635,88	7%	22.861,94	9%

Realizado por: Las autoras

Como se refleja en el Estado de Resultados Proyectado la utilidad en los 5 periodos es creciente; dentro de esto los costos de ventas representa un 66% en promedio el cual está expresado especialmente por la materia prima y la mano de obra requerida para la elaboración del producto final, en los gastos de administración (Arriendo) representan un 17% del total de ventas. Se puede evidenciar que después de cubrir todos los costos y gastos se genera una utilidad creciente a lo largo de los periodos.

3.5 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 30:

Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CUENTAS	SALDOS ANTERIOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas	\$ -	\$ 214.819,75	\$ 225.560,74	\$ 236.838,78	\$ 248.680,72	\$ 261.114,75
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	\$ -	\$ 214.819,75	\$ 225.560,74	\$ 236.838,78	\$ 248.680,72	\$ 261.114,75
B. EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago a proveedores	\$ -	\$ 108.445,88	\$ 113.011,38	\$ 117.805,14	\$ 122.838,60	\$ 128.123,73
Mano de obra directa e imprevistos	\$ -	\$ 57.422,98	\$ 57.422,98	\$ 57.422,98	\$ 57.422,98	\$ 57.422,98
Mano de obra indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de ventas	\$ -	\$ 19.949,05	\$ 19.949,05	\$ 19.949,05	\$ 19.949,05	\$ 19.949,05
Gastos de administración	\$ -	\$ 19.890,00	\$ 19.890,00	\$ 19.890,00	\$ 19.890,00	\$ 19.890,00
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 205.707,91	\$ 210.273,41	\$ 215.067,18	\$ 220.100,63	\$ 225.385,76
C. FLUJO OPERACIONAL	\$ -	\$ 9.111,84	\$ 15.287,34	\$ 21.771,60	\$ 28.580,09	\$ 35.728,99
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Créditos Instituciones Financieras	\$ 35.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 68.723,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de intereses	\$ -	\$ 3.534,34	\$ 2.671,44	\$ 1.707,26	\$ 629,91	\$ 0,00
Pago de créditos de corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de principal (capital) de los pasivos	\$ -	\$ 7.351,40	\$ 8.214,30	\$ 9.178,48	\$ 10.255,83	\$ -
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria	\$ 36.740,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos	\$ 2.700,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Herramientas	\$ 1.206,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 2.600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Moto	\$ 1.600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 44.846,00	\$ 10.885,74	\$ 10.885,74	\$ 10.885,74	\$ 10.885,74	\$ 0,00
F. FLUJO NO OPERACIONAL	\$ 23.877,20	\$ -10.885,74	\$ -10.885,74	\$ -10.885,74	\$ -10.885,74	\$ -0,00
G. FLUJO NETO GENERADO	\$ 23.877,20	\$ -1.773,90	\$ 4.401,60	\$ 10.885,86	\$ 17.694,35	\$ 35.728,99
H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 23.877,20	\$ 22.103,30	\$ 26.504,90	\$ 37.390,76	\$ 55.085,11
I. SALDO FINAL DE CAJA	\$ 23.877,20	\$ 22.103,30	\$ 26.504,90	\$ 37.390,76	\$ 55.085,11	\$ 90.814,10

Elaborado por: Las autoras

El gráfico del flujo de caja proyectado refleja un saldo final positivo para los 5 periodos analizados, esto indica que la empresa es líquida, a pesar de tener endeudamiento cubre la totalidad de la deuda y finaliza con saldos finales crecientes.

3.6 Evaluación del Proyecto

3.6.1 Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 31: Tasa interna de retorno

Tasa interna de retorno

Tasa Interna de Retorno (TIR)	14,59%
--------------------------------------	---------------

Elaborado por: Las autoras

La tasa interna de retorno que genera el proyecto es del 14,59% lo cual es positivo ya que restándole el costo de oportunidad del 12% da como resultado un 2.59% más de lo requerido.

3.6.2 Valor actual neto (VAN)

Tabla 32:

Valor actual neto

Valor Actual Neto (VAN):	\$5.532,69
---------------------------------	-------------------

Elaborado por: Las autoras

El valor actual neto que se refleja en el análisis es positivo, es decir que aparte de recuperar la inversión inicial se obtiene una ganancia de \$5.532,69 al final de los 5 años de proyección.

3.6.3 Periodo de recuperación de inversión

Tabla 33:

Periodo de recuperación de la inversión

Inversión	68,579,47	flujo acumulativo	Periodo de recuperación de la inversión
Año 1	9.111,84		
Año 2	15.287,34	24.399,18	
Año 3	21.771,60	46.170,78	
Año 4	28.580,09	74.750,87	

Elaborado por: Las autoras

El periodo de recuperación de la inversión para el proyecto es de 3 años y 6 meses aproximadamente.

3.6.4 Índices Financieros

Tabla 34:

Indicador - Estructura de Costos y Gastos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	PROMEDIO
Costo de ventas/Costos y gastos totales	70%	71%	72%	72%	71%
Costo materia prima/Costos y gastos totales	40%	41%	42%	44%	42%
Costo mano de obra directa/costos y gastos totales	27%	27%	26%	25%	26%
Total remuneración/costos y gastos totales	36%	36%	35%	34%	35%

Elaborado por: Las autoras

La estructura de costos y gastos para nuestro proyecto es más representativa en el costo de ventas, debido a que está compuesto por todos los costos necesarios para la obtención del producto final, pero el resto de indicadores, tanto mano de obra, materia prima y remuneraciones son significativas en la estructura de costos y gastos.

Tabla 35:

Indicador – estructura de activos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	PROMEDIO
Activo corriente/ activos totales	40%	49%	63%	77%	57%
Activo fijo/Activos totales	67%	59%	46%	32%	51%
Activo Diferido/Activos Totales	-7%	-8%	-9%	-9%	-9%

Elaborado por: Las autoras

Dentro de la estructura de activos, los corrientes tienen más peso debido a la alta necesidad de materia prima, mientras que los activos fijos representan un 51% del activo total.

Tabla 36:

Indicador - estructura de pasivos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	PROMEDIO
Pasivos Totales/Activos totales	47%	72%	61%	42%	56%
Patrimonio/Activos Totales	53%	28%	39%	58%	44%

Elaborado por: Las autoras

Para financiar el proyecto se requerirá incurrir en un préstamo en una institución financiera que permita aumentar la cantidad de dinero para la inversión, aunque esta no es tan representativa debido a que cuenta con alto porcentaje de financiamiento propio.

Tabla 37:*Indicador - Estructura de liquidez*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 3	PROMEDIO
Flujo operacional	\$ -1.773,90	\$ 4.401,60	\$ 10.885,86	\$ 17.694,35	\$ 7.801,98
Flujo no operacional	\$ -10.885,74	\$ -10.885,74	\$ -10.885,74	\$ -10.885,74	\$ -10.885,74
Flujo neto generado	\$ -1.773,90	\$ 4.401,60	\$ 10.885,86	\$ 17.694,35	\$ 7.801,98
Saldo final de caja	\$ 22.103,30	\$ 26.504,90	\$ 37.390,76	\$ 55.085,11	\$ 35.271,02
Índice de liquidez (prueba ácida)		1,50	1,75	2,47	1,90
Índice de solvencia	1,70%	1,34%	1,77%	2,81%	2%

Elaborado por: Las autoras

Como refleja la tabla N° 37 el flujo operacional proyectado para los 3 últimos años es positivo, de igual manera que el saldo final de caja lo que significa que la empresa es líquida permitiendo cubrir tanto costos y gastos necesarios para la operación del negocio.

En cuanto al índice de liquidez es mayor a 1 en todos los años analizados, es decir, la empresa puede cubrir sus gastos corrientes sin necesidad de recurrir a la venta de su inventario.

El indicador de solvencia muestra que la empresa es capaz de cubrir las obligaciones de endeudamiento pues según los resultados obtenidos este es mayor a 1.5% para los 3 años proyectados.

Tabla 38:*Indicador – Utilidad*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 3	PROMEDIO
Utilidad neta/patrimonio (ROE)	45%	55%	34%	31%	41%
Utilidad neta/activos totales (ROA)	12%	21%	28%	31%	23%
Utilidad neta/ventas	3%	5%	7%	9%	6%
Punto de equilibrio	73%	52%	49%	46%	55%

Elaborado por: Las autoras

Como se expresa en el cuadro anterior el ROE es mayor al ROA es decir la deuda que la empresa incurrirá es inferior a la rentabilidad económica, lo cual es positivo ya que no hay un sobre endeudamiento en la misma; la utilidad en los periodos es positivo a pesar de no ser tan representativo existe un 6% en promedio. El 55% en promedio del punto de equilibrio refleja que después de este porcentaje se empieza a generar rentabilidad.

Tabla 39:

Indicador – rotación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 3	PROMEDIO
Rotación cuentas por pagar	15	16	16	17	16
Rotación de inventarios	129	126	132	138	131

Elaborado por: Las autoras

Según los resultados obtenidos de la rotación de cuentas por pagar, se realiza el pago a proveedores una vez al mes, así mismo para inventarios se ejecutará 11 veces al mes; cabe mencionar que al ser una empresa que cobra a los clientes de manera inmediata no se cuenta con rotación de cuentas por cobrar.

3.6.5 Análisis de Sensibilidad

El proyecto es sensible al costo de la materia prima ya que con el simple hecho de aumentar el 5% en los costos para los 5 años de proyección no se recupera la inversión y por ende no genera ganancias, de igual manera la tasa interna de retorno es rindiendo menos de lo que exige el proyecto.

Tabla 40:

Análisis de sensibilidad

Tasa Interna de Retorno	6,42%
Valor Actual Neto	-\$11.629,95

Elaborado por: Las autoras

3.6.6 Proyecciones sin el proyecto

Tabla 41:

Proyecciones sin el proyecto

PROYECCIONES SIN EL PROYECTO - Estado de Resultados					
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	PROMEDIOS
Costo de Ventas		103,98%	88,22%	83,65%	92%
GASTOS	Gastos de ventas	0	0,66%	0,86%	1%
	Gasto de administración	0	1,66%	8,90%	4%
	Gastos financieros	0,46%	4,55%	2,85%	3%
Utilidad neta		2,11%	5,83%	2,55%	3%
PROYECCIONES SIN EL PROYECTO - Balance General					
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	PROMEDIOS
ACTIVOS	Activos Corrientes	26%	39%	21%	29%
	Activos Fijos	74,46%	60,82%	78,51%	71%
PASIVOS	Corto Plazo	16,08%	51,19%	53,94%	40%
	64% Largo Plazo	72,12%	0	0	24%
PATRIMONIO		11,80%	48,81%	46,06%	36%
PROYECCIONES SIN EL PROYECTO					
FLUJO DE CAJA NETO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	PROMEDIOS	
	\$ (268,17)	\$ 125.639,15	\$ (78.543,42)	\$ 15.609,19	

Elaborado por: Las autoras

Como se había mencionado en el capítulo 1, en el cual se realizó el análisis de los estados financieros actuales de la empresa desde el año 2013, 2014 y 2015, se pudo destacar que a pesar de tener utilidades no se dio un buen manejo tanto en costos y gastos (administrativos).

En el caso de la composición de activos se muestra que la empresa tiene mayor peso en los activos fijos en el cual se mencionó debido a la maquinaria necesaria para la operación; en los pasivos la empresa no supo manejar adecuadamente las deudas ya que la mayor parte de ellas fueron financiadas a corto plazo.

De acuerdo al flujo de caja se pudo destacar que a pesar de ser positivo para el año 2, para el siguiente año fue de \$-78.543,42 es decir gasto más de lo que la empresa disponía.

3.6.7 Proyecciones con el proyecto

Tabla 42:

Proyecciones con el proyecto

PROYECCIONES CON EL PROYECTO - Estado de Resultados					
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	PROMEDIOS
Costo de Ventas		66%	64%	63%	64%
GASTOS	Gastos de ventas	8%	8%	8%	8%
	Gasto de administración	17%	17%	16%	17%
	Gastos financieros	1%	0%	0%	0%
Utilidad neta		5%	7%	9%	7%
PROYECCIONES CON EL PROYECTO - Balance General					
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	PROMEDIOS
ACTIVOS	Activos Corrientes	49%	63%	77%	63%
	Activos Fijos	59%	46%	32%	46%
PASIVOS	Corto Plazo	26%	24%	21%	24%
21%	Largo Plazo	35%	18%	1%	18%
PATRIMONIO		39%	58%	78%	58%
PROYECCIONES CON EL PROYECTO					
FLUJO DE CAJA NETO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	PROMEDIOS	
	\$10.885,86	\$17.694,35	\$35.728,99	\$ 21.436,40	

Fuente: Elaborado por las autoras

Una vez realizado el análisis con la implementación del proyecto se pudo determinar diferentes aspectos en comparación con la situación actual de la empresa, tales como:

Los costos de ventas disminuyeron en un 28% reflejando un buen manejo de los mismos, tanto en materia prima como de mano de obra.

En cuanto a gastos (ventas y administrativos) el por ciento de estos se incrementó debido a que es necesario incurrir en los mismos para la apertura del nuevo local.

A pesar que la utilidad con la implementación del proyecto aumentó en un 4% en promedio, este incremento no es tan representativo en comparación con la que se obtiene con el local actual.

Según la estructura de los activos se puede destacar que en los corrientes aumentó significativamente debido especialmente a la disponibilidad necesaria de materia prima

requerida para la operación, en los activos fijos esta disminuyó ya que el requerimiento de maquinaria es menor en comparación del que la empresa dispone actualmente. En cuanto a pasivos se puede mencionar que el financiamiento para llevar a cabo la implementación se realizará en un periodo de largo plazo, lo cual resulta beneficioso como en periodos anteriores se solicitó altas cantidades de dinero al corto plazo lo que impide a la empresa poder manejar bien los recursos para generar una utilidad máxima. De acuerdo al flujo proyectado se reflejó una caja neta positiva y significativa incrementando en un 56% en promedio en relación a los 3 últimos años proyectados.

3.7 Impactos:

3.7.1 Sociales

Al llevar a cabo el proyecto se generaría impactos sociales positivos, porque para la producción del producto final es necesario contar con 8 colaboradores que desarrollen diferentes actividades en diversos puestos de trabajo, permitiendo aumentar el poder adquisitivo de las personas mejorando su calidad de vida, pues la empresa estaría invirtiendo un total de \$75.302,10 en el pago de sueldos.

3.7.2 Ambientales

Colombia Pizza no genera impactos ambientales fuertes, pese a que se podría tomar medidas preventivas para controlar cualquier tipo de daños menores que puedan ocurrir.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Después de haber realizado el presente estudio para determinar la factibilidad de ampliar el negocio de Colombia Pizza con un nuevo local en el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca, se llegó a varias conclusiones de las cuales se destacan las más importantes.

Una vez analizado la situación actual de la empresa mediante los estados financieros, se pudo evidenciar que a pesar que obtiene utilidades no manejan adecuadamente sus costos y gastos disminuyendo de esta forma la rentabilidad y liquidez del negocio.

En el estudio de mercado se pudo obtener información importante como: gustos y preferencias, calidad, precios, servicio, entre otros, los cuales permitieron establecer estrategias para ganar mercado y superar a la competencia.

Tanto el estudio técnico como el estudio administrativo permitió obtener los costos necesarios, tanto de los equipos como de la cantidad de personal con la que debe contar el nuevo local para la operación del proyecto, así mismo la estructura y el lugar adecuado para su funcionamiento, destacando que la mejor ubicación se encuentra en el parque Calderón por tratarse de un lugar turístico con valor patrimonial; se pretende recurrir en un gasto de arrendamiento debido a que la construcción de la infraestructura resulta poco beneficioso y la zona no cuenta con espacios libres que lo permitan.

Una vez obtenida la información a través de los estudios ya mencionados se realizaron las proyecciones de los distintos estados financieros con un periodo de 5 años, reflejando que existe utilidad, liquidez, solvencia, flujo de caja positivo.

Se debe tener en cuenta que el proyecto es sensible al costo de la materia prima, pues con un incremento del 5% en los diferentes precios para los 5 años no recupera la inversión por ende no se obtiene ganancias.

Después de los resultados obtenidos se puede concluir que el proyecto es factible y viable ya que la empresa estaría mitigando el problema existente ganando más mercado y satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

4.2 Recomendaciones

- Llevar a cabo la ampliación del negocio con el nuevo local.
- Mejorar los convenios con los proveedores actuales que permitan mantener estable los precios de la materia prima.
- Considerar el buen manejo de costo de ventas ya que al brindar productos alimenticios su ganancia deber ser máxima.
- Realizar estudios constantes que permitan conocer las necesidades específicas de los clientes actuales y potenciales.
- Innovar constantemente los productos y las variedades de los mismos que se ofrece.
- Buscar anticipadamente la infraestructura adecuada en la zona del Centro Histórico ya establecida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2016). *Permisos de Funcionamiento*. Recuperado el 12 de 05 de 2016, de <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Asamblea nacional. (2015). *Código de trabajo del Ecuador. Derecho al fondo de reserva. Art, 196*. Recuperado el 18 de 04 de 2016, de <http://www.justicia.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>
- Asamblea Nacional. (2015). *Código de Trabajo del Ecuador. Período de prueba. Art. 15*. Recuperado el 18 de 04 de 2016, de <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>
- Asamblea Nacional. (2015). *Código de Trabajo del Ecuador. Remuneración por horas suplementarias y extraordinarias. Art, 55*. Recuperado el 18 de 04 de 2016, de <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>
- Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca. (2016). *Permiso para locales comerciales*. Recuperado el 12 de 05 de 2016, de <http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/PERMISOS-PARA-LOCALES-COMERCIALES/30>
- GAD Municipal del Cantón Cuenca. (GADMCC). (2015). *Motivos de viajes al Centro Histórico*. Recuperado el 18 de 04 de 2016, de http://www.cuenca.gob.ec/sites/default/files/PMEP_CentroHistorico.pdf
- Google map. (2016). Recuperado el 11 de 04 de 2016, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Centro+Historico,+Cuenca/>
- INEC. (2010). *V Censo de Población y Vivienda*. Recuperado el 21 de 03 de 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Ministerio de Turismo. (2016). *Registro de establecimientos turísticos*. Recuperado el 11 de 05 de 2016, de

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alimentos-y-bebidas/110>

Municipio de Cuenca. (2016). *Guía de trámites*. Recuperado el 15 de 04 de 2016, de <http://www.cuenca.gov.ec/?q=node/13289>

ANEXOS

MODELO DE ENCUESTA

Por favor dedique unos minutos a completar la siguiente encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para realizar un estudio de factibilidad para la ampliación de Colombia Pizza con un nuevo local en el Centro Histórico de la Ciudad de Cuenca.

EDAD	
Entre 18 -25	<input type="checkbox"/>
Entre 26 - 40	<input type="checkbox"/>
Entre 41 - 60	<input type="checkbox"/>

Género	
Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

1. ¿Usted en que sector labora?

Empresa Privada	<input type="checkbox"/>
Empresa Pública	<input type="checkbox"/>
Independiente	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué transporte utiliza con más frecuencia para visitar al Centro Histórico?

Vehículo propio	<input type="checkbox"/>
Trasporte Público	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cuál es el motivo principal por el que usted acuda al Centro Histórico?

Trabajo	<input type="checkbox"/>	Gestiones	<input type="checkbox"/>	Compras	<input type="checkbox"/>
Estudios	<input type="checkbox"/>	ocio	<input type="checkbox"/>		

4. ¿Consume usted pizza?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

Si su respuesta es positiva continúe con la pregunta 6, caso contrario la pregunta 5 y la encuesta termina ahí

5. ¿Si no consume Pizza ¿por qué opción optaría?

Ensaladas de frutas	<input type="checkbox"/>
Ensaladas de verduras	<input type="checkbox"/>
Heladería	<input type="checkbox"/>

otros.....

6. ¿Con que frecuencia consume pizza, y cuál es su promedio de gasto en \$?

Semanal	<input type="checkbox"/>	Quincenal	<input type="checkbox"/>	Mensual	<input type="checkbox"/>
menos de \$20	<input type="checkbox"/>				
de \$20 a \$30	<input type="checkbox"/>				
De \$30 a \$40	<input type="checkbox"/>				
De \$40 a \$50	<input type="checkbox"/>				

\$50 o más

7. ¿Qué factor cree usted que es el más importante al momento de consumir Pizza?

Atención Precio Calidad Comodidad

8. ¿Dónde prefiere consumir?

Directamente en el local Domicilio

9. ¿A qué pizzería acude usted con más frecuencia?

Pizza Hut Pronto Pizza Pizza House Papa Johns

OTRAS.....

10. ¿A escuchado usted de Colombia Pizza?

Si No

Si su respuesta es positiva continúe con la pregunta 13, caso contrario continúe la pregunta 11

11. ¿Le gustaría conocer de Colombia Pizza?

Si No

Si su respuesta es positiva responda la pregunta 12, caso contrario la encuesta termina ahí.

12. ¿Cómo le gustaría conocer Colombia Pizza?

Volantes Redes sociales Publicidad en la radio Aplicaciones

La encuesta termina ahí

13. ¿Ha consumido usted los productos que ofrece Colombia Pizza?

Si No

14. ¿Cómo calificaría usted el servicio a domicilio que brinda Colombia Pizza?

Muy malo Malo Bueno Muy bueno

15. ¿En el caso que se implementara una sucursal de Colombia Pizza en el centro histórico, donde le gustaría que esté ubicada?

Parque Calderón San Sebastián Calle larga San Blas

El otorongo María Auxiliadora otro.....

16. ¿Cree usted que los precios que maneja Colombia Pizza son accesibles en comparación con la competencia?

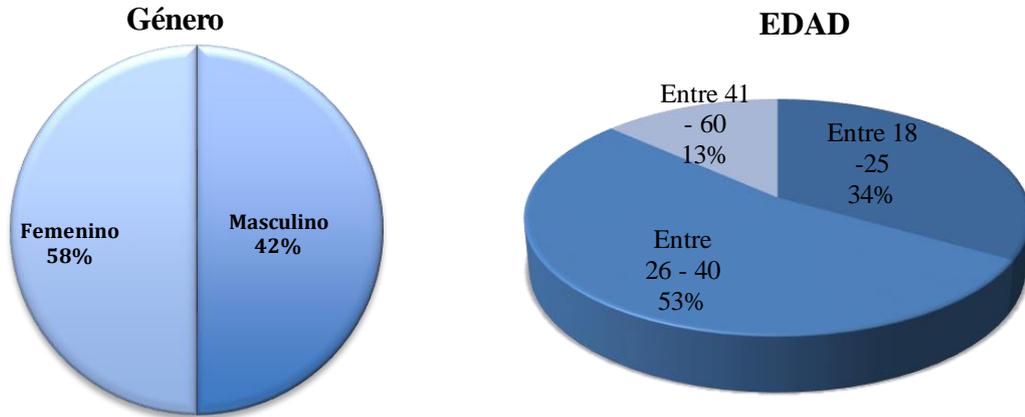
Si No

¿Por qué?.....

17. ¿Qué aspecto le gustaría que mejore Colombia Pizza?

Servicio al cliente Infraestructura Precios

RESULTADOS OBTENIDOS



Los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas reflejaron que en el centro histórico de la Ciudad de Cuenca visitan el 58% correspondiente al sexo femenino, mientras que un 42% del sexo masculino.



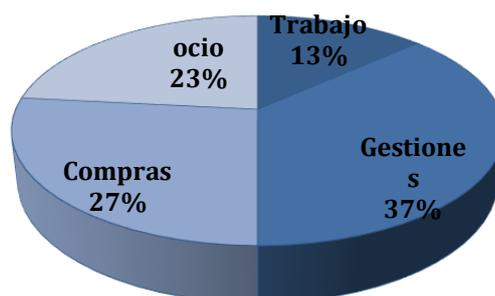
De las personas encuestadas el 46% indicó que labora en el sector privado, mientras que el 30% no labora, el 17% labora de forma independiente y el 7% en empresas públicas.

Transporte utilizado con más frecuencia



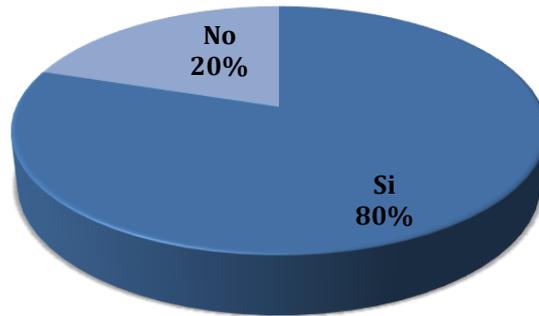
Continuando con el análisis a pesar de los inconvenientes que presenta el transporte público en el Centro Histórico de la Ciudad debido al congestionamiento vehicular entre otros, el 57% de las personas se movilizan por este medio, el 43% acude con vehículo propio, por lo que se podría estimar que las personas optan por utilizar este medio como transporte, sin embargo se debería tomar en cuenta en la ubicación del lugar del parqueadero propio para satisfacer la demanda de clientes que acudan con vehículo propio.

Motivo principal de visita al Centro Histórico



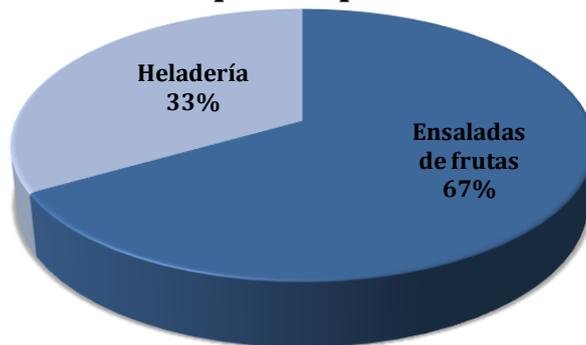
Los motivos principales por los que las personas visitan el Centro Histórico de Cuenca se debe a gestiones con un 37%, seguido del 27% correspondiente a compras, un 23% ocio, y un 13% por trabajo.

¿ Consume ud Pizza?



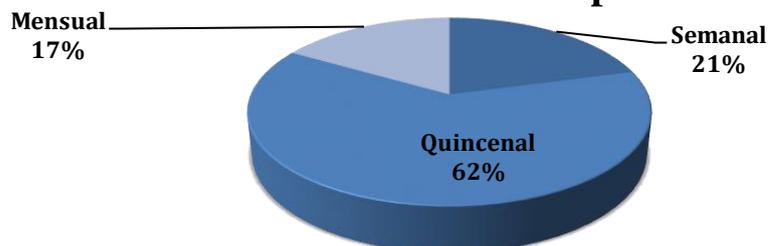
El 80% de las personas encuestadas indicaron que, si consumen pizza, mientras que el 20% tiene otras preferencias, para Colombia Pizza este resultado sería beneficioso debido a la alta demanda y acogida de este producto en especial.

Si no consume Pizza ¿por qué opción optaría?



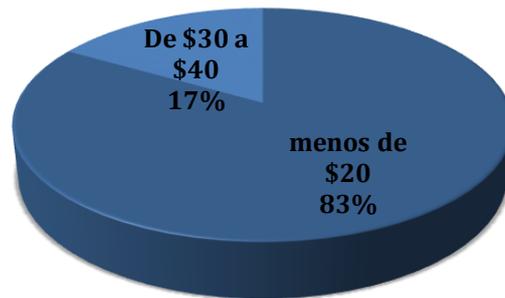
Las personas que frecuentan el lugar y no consumen pizza optarían por ensaladas de frutas con un 67%, mientras el 33% heladería; Colombia Pizza ha manejado su principal producto que es la pizza, sin embargo ofrecen variedades en ensaladas de frutas lo cual indica que al aperturar el nuevo local se debería tomar en consideración mejorar dichos productos.

Frecuencia de consumo de pizza



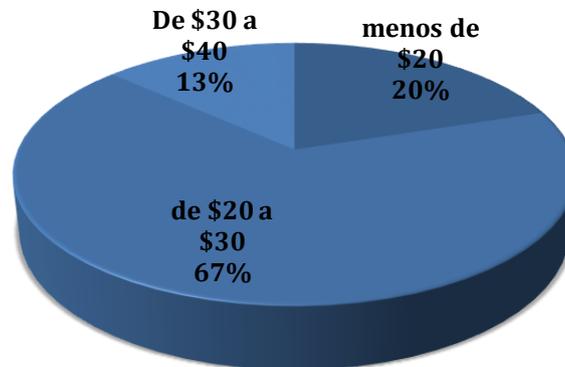
El 62% de las personas consumen pizza de manera quincenal, mientras que el 21% semanal y un 17% mensual, este resultado demuestra que la empresa podría tener acogida debido a que la misma persona consume frecuentemente el producto.

Gasto semanal promedio en \$

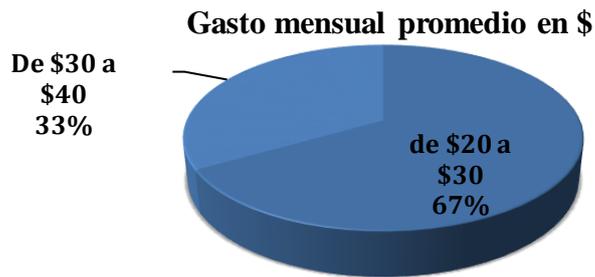


De las personas que consumen pizza de manera semanal, el 83% gasta en promedio menos de \$20.00, mientras que el 17% de \$30.00 a \$40.00

Gasto quincenal promedio en \$

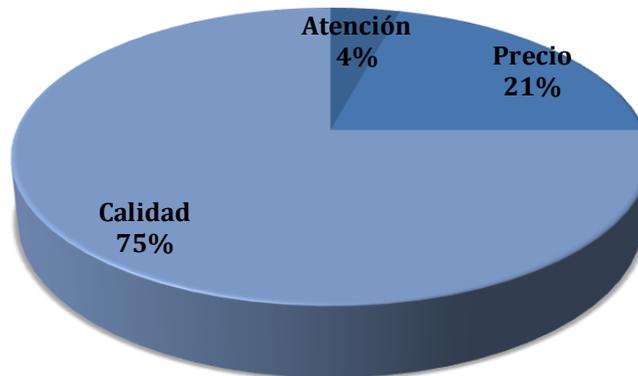


De la misma forma el 67% de los encuestados gastan en promedio quincenal de \$20.00 a \$30.00, mientras que el 20% gasta menos de \$20.00, y el 13% de \$30.00 a \$40.00



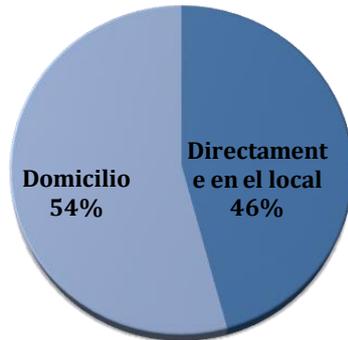
El 67% de las personas indican que en promedio gastan de \$20.00 a \$30.00, mientras que un 33% gastan de \$30.00 a \$40.00

Factor importante al momento de consumir Pizza



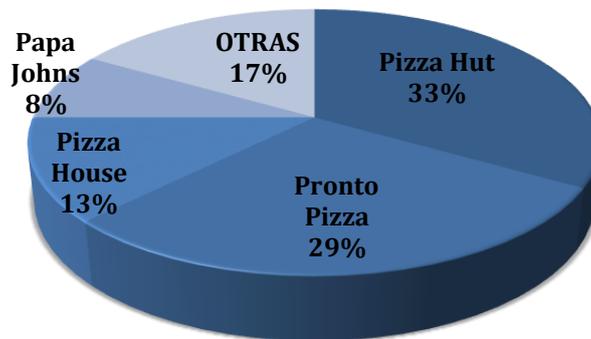
El 75% de las personas indicaron que el factor más importante al momento de consumir pizza es la calidad, un 21% el precio, y un 4% la atención. Colombia Pizza actualmente maneja todos los estándares de calidad con certificaciones del ARCSA entre otros, que ha generado confiabilidad y seguridad al momento de consumir el producto, se considera que este es un punto a favor para la empresa ya que la misma se preocupa por mantener el prestigio alcanzado desde su apertura hasta la fecha.

Preferencias de lugar de consumo



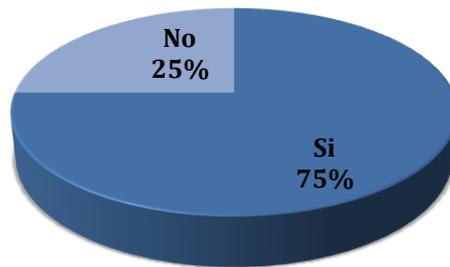
EL 54% de las personas prefieren el servicio a domicilio, mientras que el 46% directamente en el local, debido a la problemática que existe actualmente tanto en la infraestructura como en los servicios a domicilio se podría mitigar los problemas al cubrir a la totalidad del Centro Histórico con la ampliación del local.

Pizzerías que las personas acuden con más frecuencia



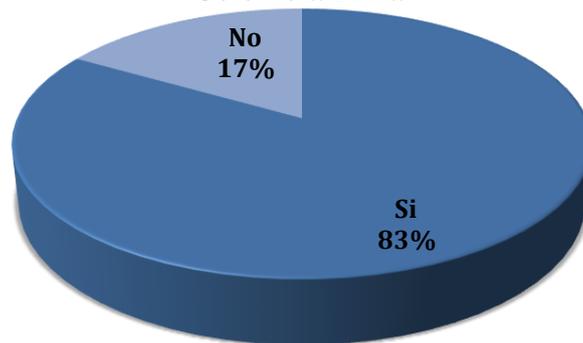
Para Colombia Pizza el principal competidor es Pizza Hut con un 33%, seguido de Pronto Pizza con un 29%, Pizza House con un 13% y Papa Johns con el 8%, tomando en cuenta que los establecimientos de Pizza Hut no están ubicados en el Centro Histórico sería beneficioso para captar la atención del cliente en este sector.

Personas que conocen de Colombia Pizza



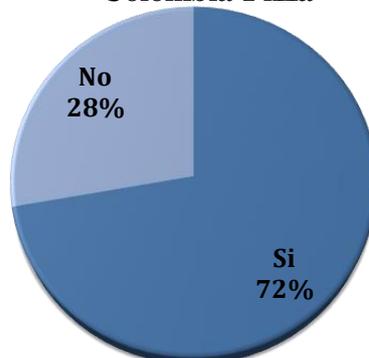
Colombia Pizza se ha dado a conocer por el producto que ofrece, su variedad y sus precios accesibles, el 75% de las personas conocen de la empresa por lo tanto está en la mente de sus consumidores.

Personas que les gustaría conocer Colombia Pizza



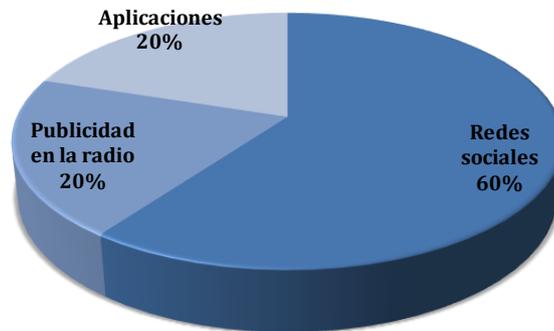
De las personas que no conocen Colombia Pizza, se planteó si les gustaría conocer, en donde el 83% afirmó mientras que el 17% dijo lo contrario.

Personas que consumen los productos de Colombia Pizza



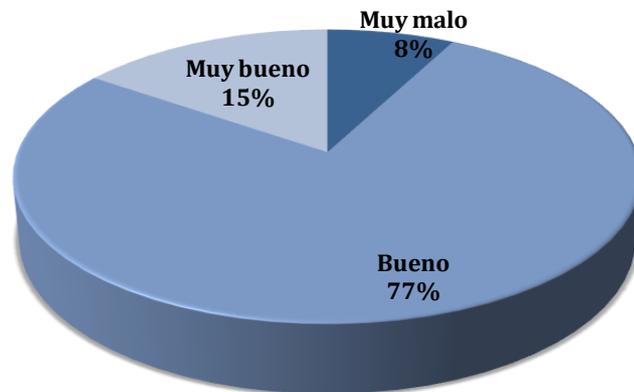
De las personas que, si conocen Colombia Pizza, el 72% han consumido en los establecimientos mientras que un 28% aun no.

Maneras en que les gustaría conocer Colombia Pizza



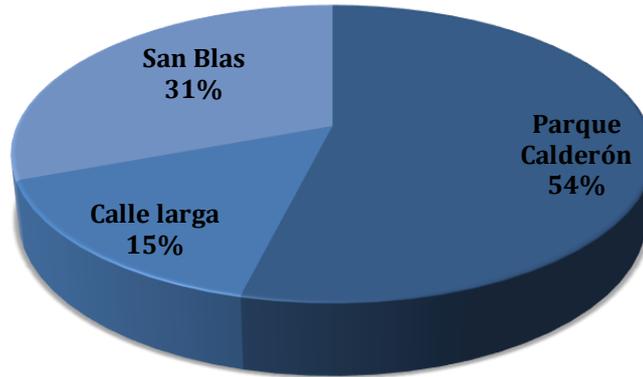
Las personas desearían que las redes sociales sea la fuente principal para que la pizzería se dé a conocer y la publicidad en radio como fuente secundaria.

Calidad de servicio a domicilio que brinda Colombia Pizza



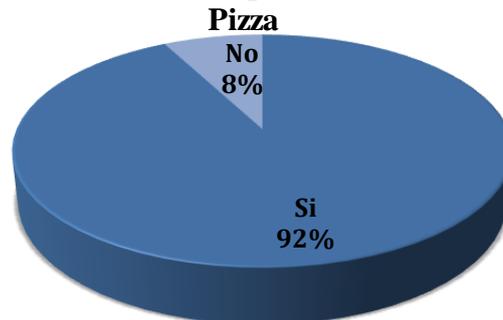
La empresa se esfuerza por mantener al cliente satisfecho en las entregas a domicilio, sin embargo un el 77% considera que es bueno por lo que la empresa debería mejorar el sistema para lograr la máxima excelencia.

Nuevo lugar de ubicación recomendado



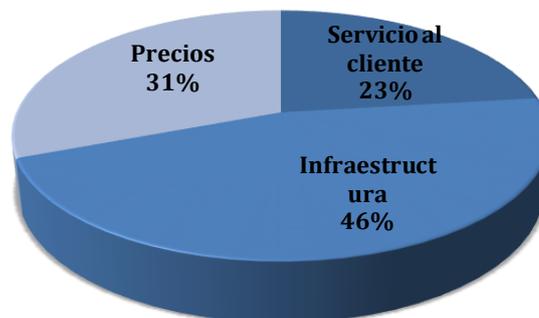
La mayor parte de las personas encuestadas indicaron que el lugar de preferencia sería el Parque Calderón con un 54%, mientras que 31% en San Blas, y tan solo un 15% en la Calle larga, debido a la gran acogida de personas que brinda este lugar las personas acuden con más frecuencia.

Conformidad de los precios de Colombia



El 92% de las personas encuestadas informaron que, si están conformes con los precios que Colombia Pizza ofrece, mientras que el 8% dice lo contrario.

Aspectos a mejorar en Colombia Pizza



El 46% de las personas indicaron que el aspecto más importante que desean que la empresa mejore es la infraestructura, seguido del 31% con los precios, y un 23% el servicio al cliente.

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 30 de mayo de 2016, conoció la petición de los estudiantes **MARIA VERONICA NACIPUCHA CUMBE Y DIANA MARIVEL PIEDRA ALVARADO**, con códigos 64624 y 50345 respectivamente, quienes presentan su trabajo de titulación denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION DE COLOMBIA PIZZA CON UN LOCAL COMERCIAL EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE CUENCA”**, previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial. El Consejo de Facultad acoge el informe de la Junta Académica y aprueba el diseño. Designa como *Director al economista Christian Palacios Manzano y como miembros del Tribunal Examinador al economista Fabián Carvalho Coellar y al ingeniero Carlos Durazno Silva*. De acuerdo al cronograma de la Unidad de Titulación Especial, las peticionarias para desarrollar y presentar su trabajo de titulación tienen un plazo **hasta el 14 de octubre de 2016**, debiendo realizar dos sustentaciones parciales del trabajo de titulación: la semana entre el 04 al 08 de julio de 2016 y la semana entre el 29 de agosto al 02 de septiembre de 2016 en su orden.

Cuenca, mayo 31 de 2016



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración

FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
SECRETARIA



CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION DE COLOMBIA PIZZA CON UN LOCAL COMERCIAL EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE CUENCA"**, presentado por las estudiantes MARIA VERONICA NACIPUCHA CUMBE con código 64624 y DIANA MARIVEL PIEDRA ALVARADO con código 50345, previa a la obtención del grado de Ingenieras Comerciales, para el Lunes, 16 de mayo de 2016 a las 18h00.

Cuenca, 20 de abril de 2016

Dra. Jenny Rios Coello
Secretaria de la Facultad

Econ. Christian Palacios Manzano

Comunicado 2-05-2016

Econ. Fabián Carvalho Coellar

Ing. Carlos Durazno Silva

20/04/2016
12h20pm
2
Sra. Nacipucha

Oficio: EA-910-2016-UDA
Cuenca, 18 de abril de 2016

Ingeniero
XAVIER ORTEGA
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por **Nacipucha Cumbe María Verónica y Piedra Alvarado Diana Marivel**, tema: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION DE COLOMBIA PIZZA CON UN LOCAL COMERCIAL EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE CUENCA**, informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la "Guía para la elaboración y presentación de la denuncia/protocolo de trabajo de titulación".

Director: Econ. Palacios Christian

Tribunal sugerido: Econ. Carvallo Fabián
Ing. Durazno Carlos

Atentamente,



ING. MARIA JOSE GONZALEZ
Directora de la Junta de Administración
Universidad del Azuay

19-04-2016

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Diseños de Tesis

Escuela de Administración de Empresas

Estudiante: Nacipucha Cumbe María Verónica y Piedra Alvarado Diana Marivel.

Tema: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION DE COLOMBIA PIZZA CON UN LOCAL COMERCIAL EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE CUENCA"

Para: Previo la obtención del título de Ingenieras Comerciales.

Director: Econ. Christian Palacios Manzano.

Tribunal: Econ. Fabián Carvallo.

Tribunal: Ing. Carlos Durazno.

DIA: Lunes

FECHA: 25 de abril de 2016

HORA: 10:00



ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

1.1 Nombre del estudiante: MARIA VERONICA NACIPUCHA CUMBE Y DIANA MARIVEL PIEDRA ALVARADO

Códigos: 64624 Y 50345 respectivamente

Director sugerido: Econ. Christian Palacios Manzano

1.2 Codirector (opcional): _____

1.3 Tribunal: Econ. Fabián Carvallo Coellar e Ing. Carlos Durazno Silva

1.4 Título propuesto: *Estudio de factibilidad para la ampliación de Colombia Pizza con un local comercial en el centro histórico de la ciudad de Cuenca*

1.5 Resolución:

1.5.1 Aceptado sin modificaciones ✓

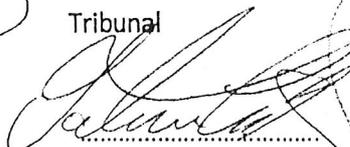
1.5.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

1.5.3 No aceptado

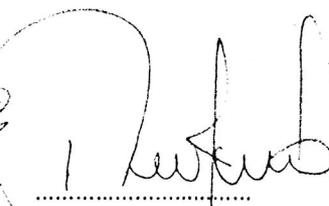
• Justificación:


.....

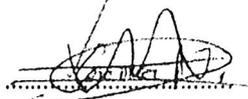
Econ. Christian Palacios Manzano

Tribunal

.....

Econ. Fabián Carvallo Coellar


.....

Ing. Carlos Durazno Silva


.....

Srta. María V. Nacipucha Cumbe


.....

Srta. Diana M. Piedra Alvarado


.....

Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de Facultad

Fecha de sustentación: Lunes, 16 de mayo de 2016 a las 18h00.



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 Nombre del estudiante: María Verónica Nacipucha Cumbe y Diana Marivel Piedra Alvarado
Código 64624 y 50345 respectivamente
- 1.2 Director sugerido: Econ. Christian Palacios Manzano
- 1.3 Codirector (opcional):
- 1.4 Título propuesto: *"Estudio de factibilidad para ampliación de Colombia Pizza con un local comercial en el centro histórico de la ciudad de Cuenca"*
- 1.5 Revisores (tribunal): Econ. Fabián Carvallo Coellar e Ing. Carlos Durazno Silva.
- 1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	✓			
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	✓			
3. ¿Es conciso?	✓			
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	✓			
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	✓			
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	✓			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	✓			
Problemática y/o pregunta de investigación				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	✓			
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	✓			
Hipótesis (opcional)				
10. ¿Se expresa de forma clara?	✓			
11. ¿Es factible de verificación?	✓			
Objetivo general				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?	✓			

46. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	✓			
Objetivos específicos				
47. ¿Concuerdan con el objetivo general?	✓			
48. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	✓			
Metodología				
49. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	✓			
50. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	✓			
51. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	✓			
52. ¿Los datos, materiales y actividades mencionadas son adecuados para resolver el problema formulado?	✓			
Resultados esperados				
53. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	✓			
54. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	✓			
55. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	✓			
56. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	✓			
Supuestos y riesgos				
57. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes?	✓			
58. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	✓			
Presupuesto				
59. ¿El presupuesto es razonable?	✓			
60. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	✓			
Cronograma				
61. ¿Los plazos para las actividades son realistas?	✓			
Referencias				
62. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	✓			
Expresión escrita				
63. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	✓			
64. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	✓			

32. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	✓			
--	---	--	--	--

(*) Breve justificación, explicación o recomendación.

- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.

.....
.....
.....



.....
.....
.....

Econ. Christian Palacios Manzano Econ. Fabián Carvallo Coellar Ing. Carlos Durazno Silva

Cuenca 28 de marzo de 2016

Señor

Xavier Ortega

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

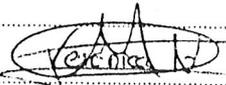
Su despacho

De mi consideración

Nosotras las señoritas, María Verónica Nachipuca Cumbe con código 64624 y la señorita Diana Marivel Piedra Alvarado con código 50345, solicitamos comedidamente se digne aprobar el protocolo de trabajo de tesis, denominado "Estudio de factibilidad para la ampliación de Colombia Pizza con un local comercial en el centro histórico de la Ciudad de Cuenca.

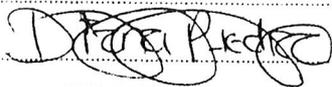
Por la favorable acogida anticipamos nuestros agradecimientos

Atentamente



Veronica Nacipucha

64624



Diana Piedra

50345



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRE-
TARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVER-
SIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, la señorita **María Verónica Nacipucha Cumbe**, registrada con código 64624 alumna de la
Escuela de Administración de Empresas, tiene aprobado más del 80 % de su plan de estudios, le
falta aprobar las siguientes materias: Finanzas Internacionales, Administración y Estratégica y
Política de Negocios, Gestión de Riesgos, Evaluación de Impactos Ambientales; para egresar.

Cuenca, Marzo 28 del 2016

FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

No. Derecho 098037

rgp.-



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRE-
TARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVER-
SIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, la señorita Diana Marivel Piedra Alvarado, registrada con código 50345 alumna de la
Escuela de Administración de Empresas, tiene aprobado más del 80 % de su plan de estudios, le
falta aprobar las materias de Informática II y Finanzas Internacionales, para egresar.

Cuenca, Marzo 28 del 2016

UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

No. Derecho 098036

rgp.-



Cuenca 22 de marzo del 2016

Ingeniero

Xavier Ortega Vásquez

Decano de la FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Universidad del Azuay

De mis consideraciones

A petición de la parte interesada las Señoritas: Diana Marivel Piedra Alvarado y María Verónica Nacipucha Cumbe, autorizo a que las antes mencionadas hagan uso de la información de la empresa COLOMBIA PIZZA para el desarrollo del trabajo de titulación de la Universidad del Azuay siendo transparente la información a brindar.

Es todo cuanto puedo informar

Atentamente:

Neyla María Moreno-Morales

RUC: # 1750728147001

Celular: 0994722208

Cuenca, 24 de marzo de 2016.

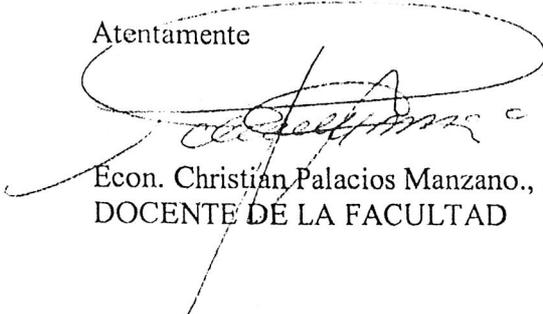
Ingeniero
Xavier Ortega
DECANO DE LA FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Ciudad

De mi consideración.

Pongo en su conocimiento que las egresadas de la Escuela de Administración, Srta Verónica Nacipucha y Srta. Diana Piedra me han presentado el protocolo de trabajo de tesis denominado " *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION DE COLOMBIA PIZZA CON UN LOCAL COMERCIAL EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE CUENCA*" previo la obtención del título de Ingeniero Comercial.

El trabajo cumple con los formatos, esquema y metodología técnica adecuada, motivo por el cual recomiendo continuar el trámite respectivo aceptando ser Director de Tesis.

Atentamente



Econ. Christian Palacios Manzano., MAE
DOCENTE DE LA FACULTAD



UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

Protocolo de trabajo de titulación

Título:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN
DE COLOMBIA PIZZA CON UN LOCAL COMERCIAL EN
EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE CUENCA**

Autoras:

Verónica Nacipucha

Diana Piedra

Director sugerido:

Econ. Christian Palacios Manzano, MAE

Cuenca – Ecuador

2016



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

1. DATOS GENERALES:

1.1 Nombre de las estudiantes:

Nacipucha Cumbe María Verónica

Piedra Alvarado Diana Maribel

1.1.1 Códigos:

064624

050345

1.1.2 Contacto:

María Verónica Nacipucha Cumbe

Teléfono convencional: 2865816

Celular: 0987874044

Correo electrónico: veritocumbe_1991@hotmail.com

Diana Marivel Piedra Alvarado

Teléfono convencional: 2802662

Celular: 0995958593

Correo electrónico: dianapiedra12@hotmail.com

1.2 Director sugerido: Palacios Manzano, Christian Andrés, Economista

1.3 1.2.1 Contacto:

Teléfono convencional: 072459588

Celular: 0987963038

Correo electrónico: capalaciosm@hotmail.com

1.4 Co-director sugerido: Ninguno.

1.4 Asesor metodológico: Ninguno.

1.5 Tribunal designado:

1.6 Aprobación:

1.7 Línea de Investigación de la carrera: Emprendimiento: Formulación y gestión de proyectos.

1.7.1 Código UNESCO: 5311.97

1.7.2 Tipo de trabajo:

A) Modelo de negocio

B) Investigación formativa

1.8 Área de estudio: Elaboración de Proyectos

1.9 Título propuesto: Estudio de factibilidad para la ampliación de Colombia Pizza con un local comercial en el Centro Histórico de la Ciudad de Cuenca

1.10 Subtítulo: Ninguno

1.11 Estado del proyecto: Nuevo



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

2. CONTENIDO:

2.1 Motivación de la investigación:

Analizar la factibilidad de implementar una nueva sucursal con el fin de captar mercado e incrementar los ingresos; tomando en consideración que Colombia Pizza se dio a conocer en el mercado desde hace algunos años atrás, captando de esta manera una amplia cantidad de clientes fieles, generando una necesidad de ampliación en un distinto lugar pretendiendo captar nuevos clientes en un distinto sector.

2.2 Problemática:

La empresa Colombia Pizza que viene funcionando desde hace 10 años, cuya actividad productiva es la preparación, elaboración, y comercialización de pizzas y comida rápida, al momento la empresa cuenta con dos locales en la Ciudad de Cuenca debido a la alta demanda que se ha dado; sin embargo, existe una capacidad inadecuada de los locales actuales para abastecer a la totalidad de sus clientes y servicios a domicilio fuera del área de cobertura.

2.3 Preguntas de investigación:

¿A través de un estudio se podrá determinar la factibilidad de implementación de una nueva sucursal?

¿La implementación de una nueva sucursal generaría ganancias o pérdidas?

2.4 Resumen:

La presente tesis tiene como objetivo determinar la factibilidad para la ampliación de Colombia Pizza con un nuevo local en el Centro Histórico de la Ciudad de Cuenca, ya que en la actualidad existe problemas al momento de cubrir cierta demanda en distintas zonas de la ciudad; se realizara un estudio de la situación actual de la empresa tomando en cuenta sus estados financieros de periodos anteriores y

adicionalmente se realizara un análisis FODA con el cual se pretende conocer el funcionamiento de la empresa en la actualidad, para complementar dicho análisis se realizara distintos estudios tales como: estudio de mercado, técnico, administrativo, legal y económico, también se realizara una evaluación del proyecto para determinar la factibilidad del mismo.

2.5 Estado del arte y marco teórico:

Santos (2008) concluye que "el estudio de factibilidad es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver" (p. 25)

Por lo tanto este estudio resulta un instrumento que permite orientar a la toma de decisiones adecuadas en la evaluación de un proyecto; esta evaluación tiene como objetivo la "recopilación, creación y sistematización de información que ayuda identificar ideas de negocios y medir cuantitativamente los costos y beneficios de un eventual emprendimiento comercial" (Chain, 2007, p. 1)

Dicho estudio es totalmente necesario, ya que con el cual se podrá determinar si el proyecto se debe o no llevar a cabo; haciendo énfasis en la obtención de información verídica que permita tener un pleno conocimiento de cómo se desarrolla el entorno en el que se pretende ampliar el negocio.

De la misma manera se podrá conocer si la idea de ampliación resulta beneficiosa para la empresa, captando más clientes y generando ganancias en un periodo determinado.



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

Una evaluación de proyectos consta de distintos estudios, que permiten conocer de manera eficaz, diferentes aspectos que se requieren para determinar la factibilidad de

un proyecto, dicho estudio consta en una "investigación en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto" (Baca Urbina, 2001, p. 3)

El estudio administrativo también es necesario para la toma de decisiones por parte de los gerentes de la empresa, ya que "definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado, un aspecto legal, laboral y ecológico" (Sapag, 2007, p. 1)

Los recursos humanos dentro de la empresa son fundamentales para el logro de los objetivos, debido a que personal suficiente y adecuado constituye un alto nivel de productividad y eficiencia.

Dentro de la evaluación de proyectos es necesario realizar un estudio económico financiero que permita determinar la situación actual de la empresa y su capacidad de endeudamiento para la realización de la ampliación de un nuevo local, este estudio a su vez facilita la obtención de índices, que permite medir principalmente la rentabilidad y el nivel de liquidez de la empresa (Cortez, 2009).

El éxito o fracaso de un proyecto, depende básicamente de la evaluación antes de poner de poner en marcha una idea de negocio, ya que este permite valorar los

riesgos, gastos, beneficios y diferentes recursos y elementos dependiendo del proyecto que se quiera llevar a cabo.

2.6 Hipótesis

Ninguno

2.7 Objetivo general:

Realizar un estudio económico, administrativo, de mercado, técnico y legal, mediante la recolección de información cualitativa y cuantitativa, de la situación actual de la empresa y su análisis externo en el centro Histórico de la Ciudad de Cuenca, para determinar la factibilidad de la implementación de un nuevo local.

2.8 Objetivos específicos:

1. Determinar la situación actual de Colombia Pizza mediante revisión de datos históricos de 4 años.
2. Elaborar un estudio de mercado en el centro histórico de la Ciudad de Cuenca.
3. Realizar un estudio técnico, organizativo y legal para la ampliación de la empresa.
4. Realizar el estudio económico, la evaluación financiera y la medición del impacto social y ambiental.

2.9 Metodología:

Para el presente estudio, se realizará un análisis de la situación actual de la empresa, se hará uso de fuentes secundarias que nos permitirá investigar los registros de la empresa con el fin de obtener información necesaria que permita realizar un análisis financiero, económico, administrativo, así mismo un análisis FODA para conocer el progreso de la empresa.



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

Adicionalmente se realizara la elaboración del proyecto que incluirá un estudio de

mercado; técnico; administrativo y legal; para el cual se aplicara diferentes técnicas tales como: las cinco fuerzas de Porter, en donde se podrá analizar a los proveedores, clientes, sustitutos , y nuevos competidores, así también se realizara un análisis PEST en donde se evaluara el entorno, identificando los factores que afectan a la empresa para su desarrollo, de la misma forma se realizara encuestas a los clientes potenciales que nos permita conocer diferentes variables acerca del consumo del producto que ofrece la empresa.

Para la evaluación del proyecto se realizará un estudio Económico- Financiero para determinar el monto de los recursos necesarios que implica realizar el proyecto, tomando en cuenta los costos de nuevo personal, adecuaciones, materia prima, maquinaria, fuentes de financiamiento etc.

2.10 Alcances y resultados esperados:

El resultado esperado de esta investigación es obtener un documento que contenga los resultados del estudio de factibilidad de la ampliación de un nuevo local de Colombia Pizza en el Centro Histórico de Cuenca; y determinar si el proyecto es factible o no.

2.11 Supuestos y riesgos:

Ninguno

2.12 Presupuesto:

RUBRO /DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO\$	PRECIO TOTAL
HOJAS RESMA	500	\$ 0,01	\$ 5,00
IMPRESIONES	300	\$ 0,25	\$ 75,00
COPIAS	100	\$ 0,03	\$ 3,00
INTERNET/meses	6	\$ 28,00	\$ 168,00
CARPETAS	3	\$ 0,80	\$ 2,40
MATERIAL PARA EXPOSICION DEL PROYECTO		\$ 25,00	\$ 25,00
TRANSPORTE	2	\$ 20,00	\$ 40,00
IMPREVISTOS	2	\$ 30,00	\$ 60,00
TOTAL			\$378,40

2.13 Financiamiento:

Autofinanciamiento

2.14 Esquema tentativo:

INTRODUCCION

1. Capítulo I – Análisis y Diagnostico

1.1 Antecedentes históricos de Colombia Pizza

1.2 Misión

1.3 Visión

1.4 Objetivos

1.5 Análisis FODA

1.6 Análisis Financiero

2. Capítulo II – FORMULACION DEL PROYECTO

2.1 Perfil del proyecto

2.2 Análisis del mercado

2.2.1 Producto

2.2.2 Oferta

2.2.3 Competencia Directa e Indirecta

2.2.4 Demanda

2.2.5 Precio

2.2.6 Comercialización

2.2.7 Estrategia de Marketing

2.3 Estudio Técnico

2.3.1 Tamaño óptimo

2.3.2 Análisis de disponibilidad de insumos y materias primas

2.3.3 Análisis de la Capacidad

2.3.4 Análisis de la Ubicación

2.3.5 Proceso productivo

2.3.6 Maquinaria, equipos y herramientas

2.3.7 Talento Humano

2.3.8 Costos de producción

2.4 Estudio Administrativo, Organizativo y Legal

2.4.1 Tamaño de la estructura organizativa

2.4.2 Tipo de organización

2.4.3 Organigrama

2.4.4 Funciones del personal

2.4.5 Permisos

3. Capítulo III — Estudio Económico, Evaluación del proyecto y medición de impactos

3.1 Plan de inversiones y fuentes de financiamiento

3.2 punto de equilibrio

3.3 Balance General Proyectado

3.4 Estado de Resultados Proyectado

3.5 Flujo de Caja Proyectado

3.6 Evaluación del Proyecto

3.6.1 Tasa interna de retorno (TIR)

3.6.2 Valor actual neto (VAN)

3.6.3 Periodo de recuperación de inversión

3.6.4 Índices Financieros

3.6.5 Análisis de Sensibilidad

3.6.6 Proyecciones sin el proyecto

3.6.7 Proyecciones con el proyecto

3.7 Impactos:

3.7.1 Sociales

3.7.2 Ambientales

Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

2.15 Cronograma

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES	RESULTADOS ESPERADOS	TIEMPO/SEMANAS
1. Analizar la situación actual de la empresa.	1.1 investigación de registros administrativos	Conocer la situación administrativa, económica y financiera histórica y actual de la empresa	2
	1.2 Análisis FODA	Diagnostico de la situación que enfrenta la empresa tanto interna como externa	1
2.-Elaboración del proyecto, estudio de mercado, técnico, administrativo y legal.	2.1 Determinar el perfil del proyecto	Estructura del proyecto	1
	2.2 Elaborar un análisis del mercado		3
	2.3 Realizar el estudio técnico del proyecto		3
	2.4 Realizar el estudio organizativo, administrativo y legal		2
3.-Elaborar un estudio económico-financiero y evaluación del proyecto	elaborar los estados financieros	Determinar si el proyecto es viable	2
	evaluar el proyecto mediante índices financieros		2
	determinar los impactos sociales y ambientales		1
TOTAL EN SEMANAS			17



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

2.16 Referencias bibliográficas (citado en APA)

Baca Urbina, G. (2001). Evaluación de proyectos.

Chain, N. S. (2007). Proyectos de inversión: formulación y evaluación. Pearson Educación.

Cortés, J., & Vargas-Solano, É. M. (2010). Evaluación de la estrategia. Educación y educadores, 13(1), 13-25.

Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Contribuciones a la Economía, noviembre. Publicación seriada ISSN, 16968360.

Sapag, N. (2007). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: PearsonPrentice Hall.

2.17 Anexos:

Ninguno

2.18 Firmas de responsabilidad:

Nacipueha Cumbe María Verónica

Piedra Alvarado Diana Marivel

2.19 Firma de responsabilidad:

Palacios Manzano Christian Andrés, Economista

2.20 Fecha de entrega: