



Escuela Superior Politécnica del Litoral

**Maestría Ejecutiva en Administración de Empresas
IV Promoción**

P R O Y E C T O

Cadena de Pizzerías "Días Felices"

Integrantes:

Lcda. María Cristina Ramos

Psic. June Robles Amaya

Ing. Guillermo Toledo Bravo

Ing. Tomás Villón Matute

Guayaquil - Ecuador

2 0 0 1



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



**BIBLIOTECA ESPAE
ESPOL**

**MAESTRIA EJECUTIVA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, IV
PROMOCION**

PROYECTO: CADENA DE PIZZERIAS "DIAS FELICES"

INTEGRANTES: LCDA. MARIA CRISTINA RAMOS
 PSIC. JUNE ROBLES AMAYA
 ING. GUILLERMO TOLEDO BRAVO
 ING. TOMAS VILLON MATUTE

Guayaquil, junio de 2001



DP-01964

Dedicatoria

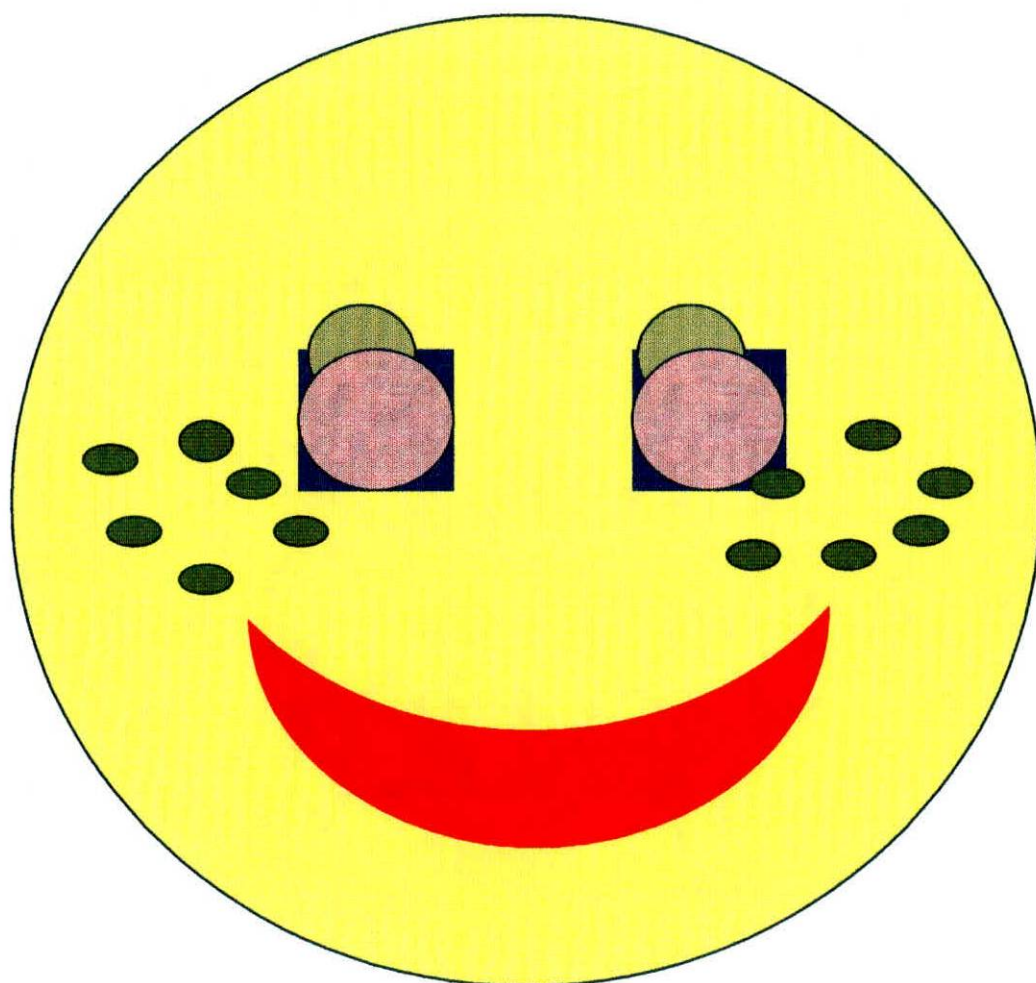
“ Con especial cariño a nuestras familias,
quienes nos han apoyado durante el desarrollo
de esta maestría con su comprensión y amor. “



BIBLIOTECA ESPAÑOL
ESPOL

PIZZERÍA

"DÍAS FELICES"



AVENIDA DELTA FRENTE A LA
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Guayaquil - Ecuador

Tabla de contenido

1	RESUMEN EJECUTIVO	5
2	ANÁLISIS DEL MERCADO	7
2.1	Situación del entorno económico	7
2.2	Situación del sector de comidas rápidas	8
2.3	Nuestros clientes y tamaño del mercado	9
2.4	La competencia	13
2.5	Producto y servicios	14
2.6	Producción y Calidad	17
3	PLAN DE MERCADEO	17
3.1	Estrategia de ventas	17
3.2	Política de precios	18
3.3	Estrategias de promoción	19
3.4	Políticas de servicio	20
3.5	Plan de contingencia	20
4	ANÁLISIS TECNICO	21
4.1	Proceso del servicio	21
4.2	Desarrollo del producto	22
4.3	Localización del negocio	22
4.4	Equipos y maquinarias:	23
4.5	Distribución de la planta	24
5	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	25
5.1	Organigrama	25
5.2	Descripción de funciones	25
6	ANÁLISIS DE PRODUCCION	28
6.1	Volumen y pedidos	29
6.2	Plan de ventas	29
6.3	Plan de compras	30
7	ANÁLISIS ECONOMICO	30
7.1	Inversión en activos fijos	30
7.2	Gastos de arranque	31
7.3	Presupuesto de componentes por kilogramo de pizza	31
7.4	Presupuesto de personal	32
7.5	Gastos de Operación	33
7.6	Análisis de costos	33
8	ANÁLISIS FINANCIERO	34

8.1	Flujo de caja	34
9	OTROS ANALISIS	35
9.1	Legal	35
9.2	Permisos requeridos anualmente para funcionar	36
9.3	Social	36
9.4	Valores	36
10	EVALUACION DEL PROYECTO	37
11	ANALISIS DE RIESGO	39
11.1	Debilidades y amenazas de la empresa	39
12	ANALISIS DE SENSIBILIDAD	40
12.1	Escenario 1. Cierre de la Universidad de Guayaquil.	41
12.2	Escenario 2. Incremento de materias primas.	42
13	ANEXO 1. CRONOGRAMA DE EJECUCION	43
14	ANEXO 2. DETALLE DE ANÁLISIS DE MERCADO	44
15	ANEXO 3. DETALLE DE CALCULOS	52

Plan de negocio

Brindando servicios de comida rápida con calidad y calidez



BIBLIOTECAS ESPAE
ESPOL

1 RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto propone un nuevo modelo de negocios de comida rápida para la venta de pizza en las principales universidades de la ciudad de Guayaquil. El nombre que hemos elegido para nuestra cadena de pizzerías es "Días Felices" ofreciendo una imagen cálida, acogedora y novedosa para nuestro mercado objetivo.

La cadena de pizzerías Días Felices se constituirá en una sociedad anónima conformada por cuatro socios. Cada uno aportará con el 25 % de capital inicial y actuarán como directores de la empresa. Sus miembros son: la psicóloga June Robles Amaya, Licenciada María Cristina Ramos, Ing. Tomás Villón Matute y el Ing. Guillermo Toledo Bravo, quienes tienen una formación de Magister en Administración de Empresas. La cadena estará manejada a nivel gerencial por el Ing. Toledo, quien tiene experiencia manejando negocios de comida rápida que incluyen franquicias internacionales.

La investigación de mercado realizada en algunas universidades de la ciudad de Guayaquil, muestra una alta preferencia de los alumnos por el consumo de comida rápida y de éstas el 80 % prefiere pizza por su sabor.

En relación con la competencia, no se encontraron pizzerías en por lo menos tres cuadras a la redonda, los competidores son: hamburguesas, tostadas y empanadas, los que se encuentran dentro y fuera de la universidad.

En cuanto al producto se busca ofrecer mayor variedad al menor costo y con calidad. La presentación depende de la cantidad de ingredientes e incluye, la pizza Novato (2 ingredientes), Intelectual (2 ingredientes), Creativa (3 ingredientes) y Días Felices (4 ingredientes). La masa tiene una preparación novedosa con sabores opcionales, tales como tocino y queso.

Los precios se fundamentan en dos supuestos, el primero en que existe un mercado estudiantil permanente con una determinada capacidad de compra y el segundo en que la empresa debe ser rentable en el menor plazo posible, razones por las que el negocio se orienta a mantener un crecimiento sostenido del volumen de ventas, considerando la tasa de crecimiento estudiantil y la calidad del producto que mantendrá la lealtad y atraerá nuevos clientes.

Siendo nuestro público objetivo 51.000 estudiantes de tres universidades de la ciudad de Guayaquil, comprendidos entre 18 y 26 años de edad aproximadamente, hemos realizado un plan integral de comunicación y promoción, de arranque y de mantenimiento, dirigidos básicamente a lograr lealtad de marca. Para introducir el producto en este mercado, la información versa sobre las características, tipos y precios de las pizzas; servicios complementarios y lugar de ubicación. La promoción por su parte apoya el plan integral de comunicación, reforzando la información en los locales y sus alrededores, sobre productos y servicio que se ofrecen.

La utilidad neta sobre ventas es del 15 % el primer año, con un valor actual neto (VAN) de 92.853 dólares en tres años y una rentabilidad del 174% con lo que se concluye que el negocio tiene capacidad de mantenimiento con base a las ventas. Es decir es rentable.

2 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 Situación del entorno económico

Para el Ecuador el año 2001 luce complejo en el plano económico, político y social nacional y también en el internacional. Las discrepancias entre los poderes Ejecutivo y Legislativo se mantienen; en lo económico, la mayoría de las empresas todavía no han introducido los cambios necesarios, para tornarse más productivas y competitivas en el mercado internacional.

El débil sistema financiero no puede apoyar con los créditos necesarios para reactivar la economía. El nivel inflacionario continuó en su escalada alcista bordeando el 100% en el año 2.000, disminuyendo cada vez más la capacidad de compra de la mayoría de los ecuatorianos, situación que no permite mejorar su calidad de vida. Sin embargo, a pesar del período recesivo que tuvimos sobre todo en los dos últimos años, se evidencia un crecimiento económico para el año 2001, principalmente por la eliminación de la devaluación monetaria y por la posible disminución de la inflación, que con seguridad será menor que el año pasado.

La tabla siguiente muestra las principales cifras de crecimiento económico del año 2000 y las proyecciones para el 2001

Indicadores	2001	2000
PIB Total	3.6%	1.9%
PIB de ramas petroleras	8.2%	7.2%
PIB de las ramas no petroleras	2.8%	1 %
PIB en millones de dólares	17.118,5	13.920,6
PIB dólares por habitante	1.100,8	1.329,1

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2.001.

Se prevé que el consumo final de los hogares mejorará del -1.8% del año 2.000 al 0.3% para el 2001, así como también las exportaciones crecerán del -0.4% (2.000) al 2.5% (2001).

Estas tendencias positivas obligarán al sector empresarial a mejorar el funcionamiento de las operaciones al interior de las empresas y a construir una estrategia comercial de tal modo que se tenga un plan de crecimiento para el mediano y largo plazo.

Dentro de este panorama en el que se percibe estabilidad, creemos que el sector de comidas rápidas seguirá creciendo, por lo tanto se presentan oportunidades para la creación de nuevas empresas en este sector, debido a la necesidad que los ciudadanos tienen de alimentarse en sus sitios de trabajo o estudio. La población estudiantil por su parte ha venido creciendo en los últimos años, lo que nos permite prever que nuestro mercado objetivo lo hará también.

Por las investigaciones realizadas en los departamentos de planificación universitaria de las universidades en estudio, conocemos que la población estudiantil tendrá un crecimiento anual aproximado de 5 % el primer año, de 7 % el segundo año y de 10% el tercer año.

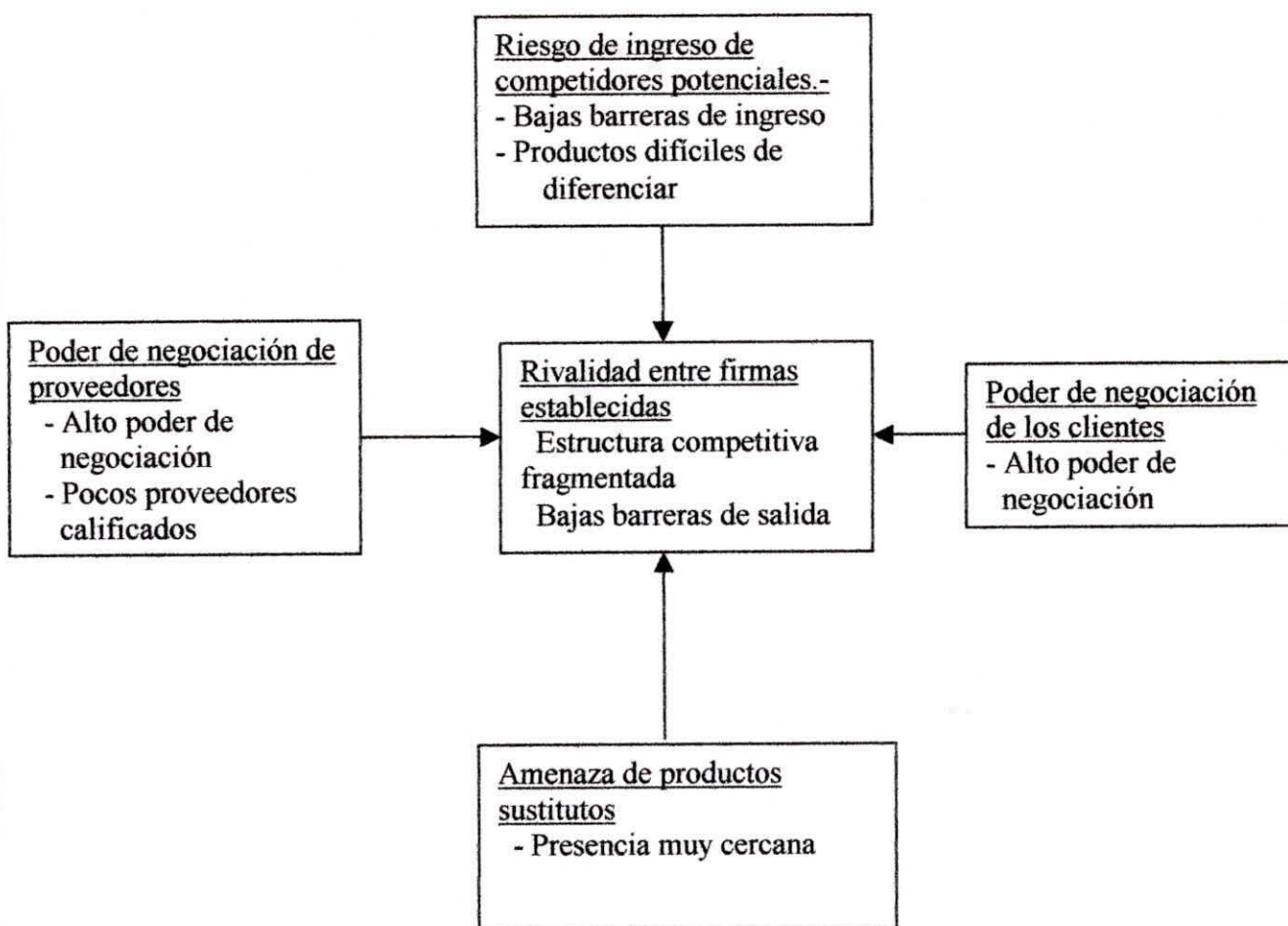
De la misma manera la inflación proyectada debe disminuir hasta una cifra en los próximos años debido al proceso de dolarización que tiende a eliminarla, por tanto la hemos considerado de 30 % el primer año, 10 % el segundo y 3% el tercer año.

2.2 Situación del sector de comidas rápidas

La estructura competitiva del sector es fragmentada por lo que ninguna de estas empresas está en capacidad de dominar el mercado, caracterizándose por ciclos que contemplan: auge, excedente, baja de precio, baja utilidad y fracaso.

Por tal motivo la Cadena de Pizzerías Días Felices adoptará estrategias de diferenciación con base a la calidad y el servicio, y diversificación durante la etapa de excedente con la finalidad de mantener la base instalada de clientes en todo tiempo.

A continuación incluimos el cuadro del análisis de las fuerzas de Porter.



2.3 Nuestros clientes y tamaño del mercado

Para determinar las características del mercado se realizó una investigación de campo en las cuatro universidades más grandes de la ciudad de Guayaquil. Con el propósito de trabajar con una muestra representativa se calculó el tamaño, con un 90% de nivel de confianza y un 8% de especificidad, obteniendo un total de 255 estudiantes, los que fueron seleccionados mediante un muestreo estratificado.

Las principales conclusiones obtenidas en la investigación de mercado, son las siguientes:

1. La mayor parte de los estudiantes consumen alimentos preferentemente desde las 13h00 hasta las 21h00.
2. La gran mayoría estudian y trabajan, dato que puede relacionarse con la capacidad de gasto en comida.
3. Las comidas rápidas preferidas son los sánduches (26%), hamburguesas (30.5%) y tacos (15.5%). La tostada (emparedado caliente de queso) la prefieren en un 35%. Analizando por separado a cada universidad se encontró que la universidad de Guayaquil prefiere en mayor porcentaje los alimentos antes mencionados.
4. El ahorro o la comodidad no son condiciones indispensables para elegir el lugar de consumo de comida.
5. Los estudiantes prefieren atención rápida (69%) y buena atención (47%)
6. El promedio de dinero disponible para comer en la universidad es de \$ 1.
7. La mayoría de los estudiantes comen dos veces al día. Este dato es relevante para evaluar la oferta del producto y nuestra participación de mercado respecto de los otros locales de comida.
8. La gran mayoría de estudiantes comen acompañados, lo que permite fundamentar estrategias para las promociones y volúmenes de ventas.
9. Los medios de comunicación de mayor aceptación entre los estudiantes son la televisión y las hojas volantes. La preferencia respecto a premios promocionales son las plumas, colas y un producto igual al comprado.

10. El 80 % de los encuestados desearían tener a disposición una pizzería en los alrededores de la universidad

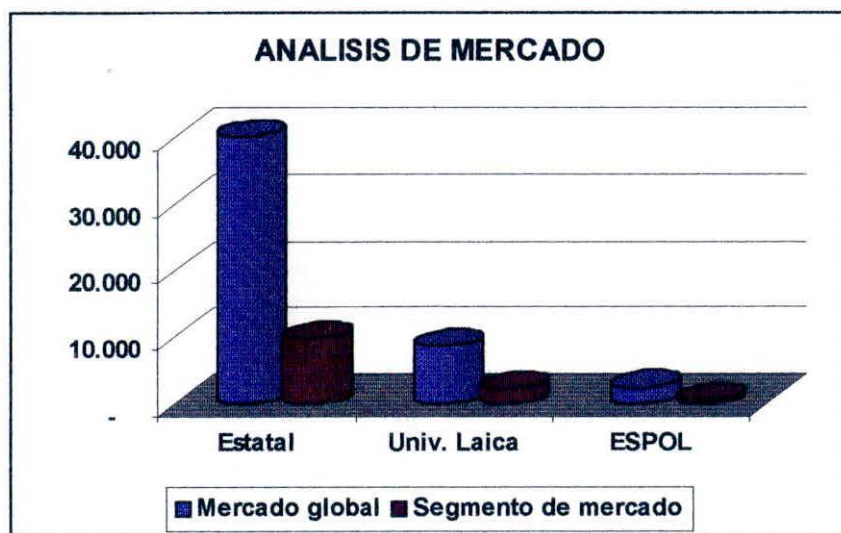
Con los resultados de la encuesta se definió que los clientes potenciales de este servicio son los estudiantes de la universidad de Guayaquil, Universidad Laica Vicente Rocafuerte y Escuela Politécnica del Litoral, campus Las Peñas, considerando que la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, por ahora no ofrece las mejores condiciones para iniciar el negocio.

De un mercado potencial de 51.000 estudiantes, de acuerdo a nuestros cálculos, consideramos que el 24.46 % del mercado serán nuestros clientes como se muestra a continuación.

TABLA. RESUMEN DE RESULTADOS DEL ANALISIS DE MERCADO					
Universidad	Número de estudiantes	Comen en la universidad	Preferencia por pizza		Frecuencia al mes
Porcentaje según encuestas		90%			30%
Estatad	40.000	36.000	90%	32.400	9.720
Univ. Laica	8.600	7.740	95%	7.353	2.206
ESPOL	2.400	2.160	85%	1.836	551
TOTAL	51.000	45.900		41.589	12.477
				% del total	24,46%

Con este porcentaje de estudiantes tendríamos un promedio diario de 520 clientes entre las tres universidades, de los cuales el 70 % (364) serán de la Universidad de Guayaquil, el 20 % (104) de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte y el 10 % restante (52) de la ESPOL.

Gráficamente nuestro mercado se aprecia a continuación.



La participación de mercado que esperamos para los próximos tres años se muestra a continuación:

TABLA. PARTICIPACION DE MERCADO POR CLIENTES

	CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
	1Mes	2Mes	3Mes			
MERCADO TOTAL (clientes)	51.000	51.000	51.000	51.000	53.550	56.228
PARTICIPACION DE MERCADO	24,46%	24,73%	25,00%	27,69%	30,85%	33,81%
CANTIDAD DE CLIENTES ESTIMADO	12.477	12.614	12.751	14.124	16.520	19.012

2.4 La competencia

A nivel de pizzerías hemos detectado la siguiente competencia en la ciudad:

Nombre	No. de locales	Ubicación
Pizza Domino's	1	V.E. Estrada 420 y Ebanos. Telf: 610969
Pizza hut	7	V.E. Estrada 427 y Ebanos Telf: 888513/16
Pizzería Cozzoli's	1	Miraflores, Av Miraflores 115 Telf: 206988
Pizzería El Hornero Cia.Ltda..	1	V.E. Estrada 906 Telf: 384788, 882367
Pizzería Bella napolitana	1	Bálsamos 414 Telf: 884760
Pizzería Menoni	1	C.C. Urdesa Telf: 886055
Pizzería Spadavechia	1	Urdesa, calle 4ta, 823 Telf: 883289
Pizzería y fuente soda Chez Fellini	1	P. Carbo 108 Telf 302469



Tabla. Competidores en Guayaquil. 2001

Como puede observarse, la mayoría de las pizzerías se ubican en Urdesa, además las encontramos en los centros comerciales y en el centro de la ciudad.

En los alrededores de las universidades no existen pizzerías, por lo tanto nuestra competencia serán los productos sustitutos que se ofrecen en los alrededores de las mismas. Se encontraron 48 locales de comida rápida distribuidos de la siguiente manera:

Universidad	Cantidad	Descripción
De Guayaquil	36	Bares, puestos y carretas
Laica "Vicente Rocafuerte"	8	Bares, puestos y carretas
ESPOL – ESPAE	4	Restaurante, bar y 2 kioscos

Tabla. Locales de otras comidas alrededor de la Universidad

La Cadena de Pizzerías "Días Felices" será la primera empresa en ofrecer éste servicio a los estudiantes universitarios, además es una fortaleza el hecho de que alrededor del 80% de los encuestados prefieran la pizza a otro tipo de producto sustituto.

2.5 Producto y servicios

En la actualidad las costumbres familiares y los hábitos alimenticios se han transformado en respuesta a la necesidad de aprovechar el tiempo al máximo posible. Ahora nuestros jóvenes estudiantes ingresan al mercado laboral más tempranamente, un alto porcentaje estudian y trabajan, razón por lo que cada vez se ven imposibilitados para regresar a tomar alimentos en sus casas y vemos una gran cantidad de jóvenes comiendo dentro o por los alrededores de las universidades.

La oferta de alimentos de preparación rápida ha proliferado. Desde las tradicionales, como bolón de verde, empanadas, tortillas, hasta los de otras sociedades como la hamburguesa, hot dog, tacos, pizza y combinaciones como salchipapas, pollo con papas y otros.

En estas circunstancias, siendo las pizzas alimento preferencial de los jóvenes, se avizoró como una excelente oportunidad, la implementación de pizzerías dentro o en los alrededores de las universidades, en donde se contará con un mercado semicautivo de estudiantes y un potencial mercado en los profesores y visitantes.

La cadena de pizzerías “Días Felices”, ofrece una alternativa para satisfacer la necesidad de un alimento delicioso, higiénico, nutritivo y oportuno.

En cuanto a presentación e ingredientes contamos inicialmente con una sola línea de pizza en masa gruesa, de 8 porciones. Dividida en tres tamaños: Porción, media pizza y pizza entera. La masa esta preparada con sabores opcionales tales como de tocino, queso y natural.

Para la preparación de la masa gruesa se utiliza como base harina, levadura y aceite de soya.

Los ingredientes básicos son queso mozzarella, pasta de tomate y los ingredientes adicionales: jamón, salami, cebolla, pimienta, aceitunas, peperone, champiñones y extra queso.

Pretendemos cuidar el medio ambiente a través del uso de artículos que no lo contaminen. Por ejemplo el embalaje para atención a domicilio o en pedidos para llevar es de cartón biodegradable con el logotipo de nuestro local.

En relación al posicionamiento de los nombres, se incluirán únicamente como combos. Cada combo incluye la pizza y cola.

Combo	Porción	Media pizza	Pizza entera	Ingredientes
1.- Novato	X	X	X	2
2.- Intelectual	X	X	X	2
3.- Creativa	X	X	X	3
4.- Días Felices	X	X	X	4

Tabla Presentaciones

Los combos incluyen un número de ingredientes específicos. El combo Días Felices permite incluir 4 ingredientes a elección del cliente.

Respecto al **servicio**, se implantarán inicialmente los siguientes:

- *Atención en nuestros locales.- La pizza y sus ingredientes se exhiben al público en el mostrador y en los letreros luminosos. El cliente selecciona, paga y el personal de atención al público entrega el pedido al cliente.*
- *Despacho bajo pedido.- Se recibe la llamada, se confirma la autenticidad del pedido, se prepara y se realiza el envío. Los días sábado la atención está dirigida en un alto porcentaje a las ciudadelas existentes en los alrededores de las universidades*

El personal de atención al público es vital para cumplir con la meta de satisfacer al cliente. Para lo cual:

1. En el local, ayudarán a los clientes que requieran información para decidir el combo.
2. El supervisor o la persona de caja recibirán los pedidos telefónicos y coordinarán su preparación y despacho.
3. Recibirán charlas motivacionales y estímulos en todo tiempo.

Las posibles inquietudes o reclamos serán resueltos por el supervisor.

Para cumplir con los estándares de calidad se mantendrá un riguroso proceso de selección de proveedores clasificados en dos grupos:

Insumos básicos para la producción, como harina, aceite; legumbres, cárnicos, etc.

Insumos para empaque

2.6 Producción y Calidad

La producción se realiza en una cocina central desde donde se distribuye a los locales de la cadena, de este modo conseguimos ahorro en costos. La elaboración de la masa es manual con receta propia, cocida al horno.

Adicionalmente los exhibidores son refrigerados (5 °C), garantizando mayor duración de los productos que se exhiben.

Cabe destacar que se ha diseñado técnicamente el local para manejar inteligentemente la cola de clientes a fin de garantizar que en no mas de 3 minutos el cliente disfrute del producto. El tiempo se divide le la siguiente manera:

- *Selección del combo. 15 segundos.*
- *Selección de los ingredientes adicionales. 25 segundos.*
- *Pago de la pizza. 40 segundos.*
- *Cocción de la pizza 90 segundos.*
- *Embalaje de la pizza. 15 segundos*

Los tiempos se basan en que el 85% de los pedidos se harán sobre la porción de pizza que se estará exhibiendo. El cliente que pida pizza entera esperará 8 minutos para su preparación

3 PLAN DE MERCADEO

3.1 Estrategia de ventas

Se basa en que en promedio el 85% de nuestro mercado objetivo prefiere consumir productos a bajo precio. Por tanto nuestro mayor esfuerzo en ventas está concentrado a la venta de porciones de pizza con excelente calidad y servicio.

Para el éxito del negocio, hemos considerado la ubicación estratégica de los locales, la cocina central está ubicada en la universidad de Guayaquil, considerando que el 80% de nuestro segmento estudia aquí. Un local estilo mostrador en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Campus Las Peñas) y un local tipo restaurante en la universidad Laica Vicente Rocafuerte.

Otro factor a considerar es el diseño y aspecto reluciente del local, decorado con toques juveniles, música, equipos modernos y letrero llamativo, todo esto con miras a conseguir imagen que el público identificará como un servicio de calidad con orientación al cliente.

3.2 Política de precios

Hemos establecido que los precios de introducción serán cómodos, sin entrar en competencia de precios con otros productos sustitutos. Con el fin de que el cliente tenga una alternativa de alimento acorde a su poder adquisitivo y al lugar donde se encuentra.

El precio de la porción de pizza estará posicionado en los estudiantes, de tal forma que cualquier variación en ellos estará ligada a una variación en cantidad o variedad. Asegurar esta percepción con los clientes nos permitirá llevar a cabo una política estable de precios ajustables conforme a las variaciones de costos de los insumos.

Los precios son fijos como se muestra en la siguiente tabla,

Combo	Porción	Media pizza	Pizza entera
1.-Novato	\$ 1.00	\$ 2.7	\$ 4.8
2.- Intelectual	\$ 1.00	\$ 2.7	\$ 4.8
3.- Creativa	\$ 1.20	\$ 2.9	\$ 5.0
4.- Días Felices	\$ 1.40	\$ 3.1	\$ 5.2

Tabla Precios de las pizzas.

Las condiciones de pago serán al contado, con tarjetas de débito o de crédito.

3.3 Estrategias de promoción

Cadena de Pizzerías "Días Felices" utilizará las siguientes estrategias de promoción:

Promoción de introducción

- Distribución de una hoja volante a color, con el logotipo de la empresa, la dirección del local, el horario de atención, el detalle de los productos que estamos ofertando y la invitación a participar de las promociones por introducción del producto.
- Ubicación de afiches en las paredes interiores del local, indicando los combos que ofrecemos.
- Degustaciones, mediante impulsadoras e impulsadores quienes ofrecerán el producto en los puntos de venta y en el interior de la universidad.

Promoción estratégica de mantenimiento

- Organización de actividades especiales en el local: presentación de grupos musicales, teatro, etc.
- Relanzamiento del producto con degustaciones en fechas especiales como semana del Novato Universitario (junio), mes del guayaquileñismo (julio), fechas patrias (octubre).
- Obsequio de diversos artículos: sodas, separadores de texto, bolígrafos entre otros para los meses de menor demanda.
- Oferta y variación de los combos o las presentaciones semestralmente.

El presupuesto para el plan integral de promoción está relacionado directamente con el volumen de ventas y constituirá el 3 % del total de las mismas durante el período.

3.4 Políticas de servicio

Cadena de Pizzerías “Días Felices” ofrece un servicio ágil y de calidad, para lo cual:

- *Los productos de lista que el cliente desea no pueden faltar.*
- *La porción de pizza es nuestro producto gancho para que la rentabilidad esté asegurada.*
- *Una vez que el negocio arranque, se ampliará mercado en base a diversificación.*
- *El marketing de nuestro negocio debe responder a los diferentes eventos y estacionalidad de la universidad.*
- *Las promociones se basarán en nuestros productos y en productos auspiciados.*

Se cumplirá estrictamente con el tiempo de despacho a fin de no tener acumulación de clientes desatendidos que fomente su insatisfacción y los problemas logísticos.

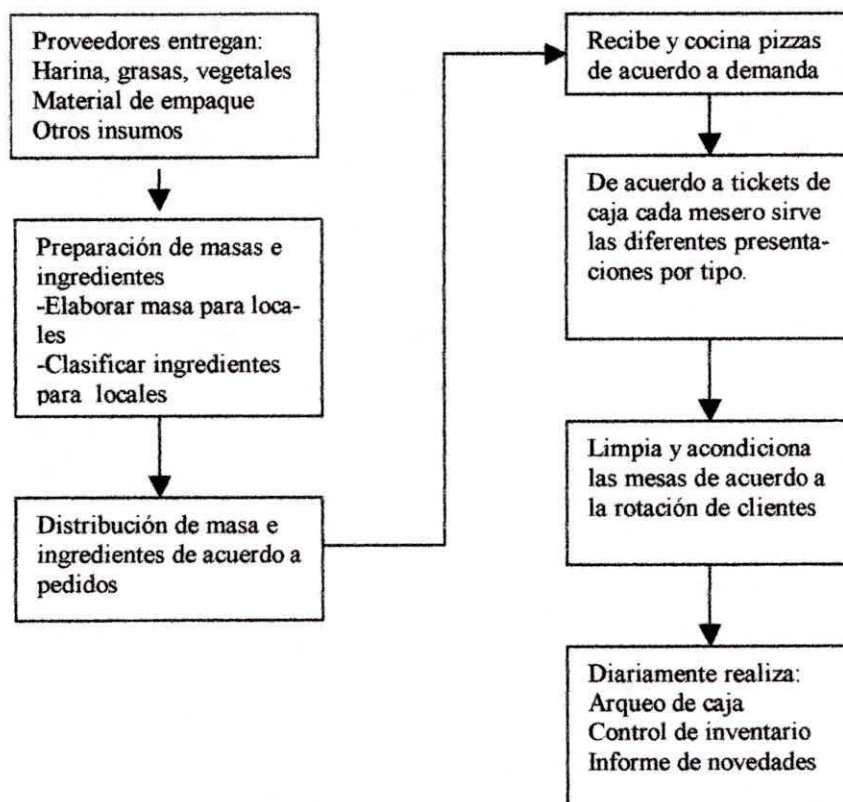
3.5 Plan de contingencia

Un factor de riesgo podría ser la presencia de otras pizzerías o de franquicias internacionales en la zona, para lo cual nuestra estrategia es la diversificación.

4 ANALISIS TECNICO

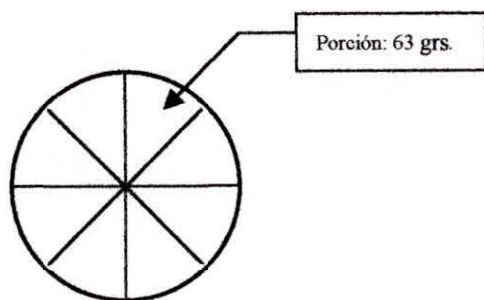
4.1 Proceso del servicio

El proceso de producción y ventas comprende la siguiente secuencia.



4.2 Desarrollo del producto

El producto se elaborará en un solo tamaño, tendrá tres presentaciones y cuatro tipos de acuerdo a los ingredientes.



Tipo de pizza

Novato: Jamón y Peperone
Intelectual: Jamón y Vegetales
Creativa: Jamón, Champiñones y peperone
Días Felices: Jamón, Salami, vegetales y champiñones

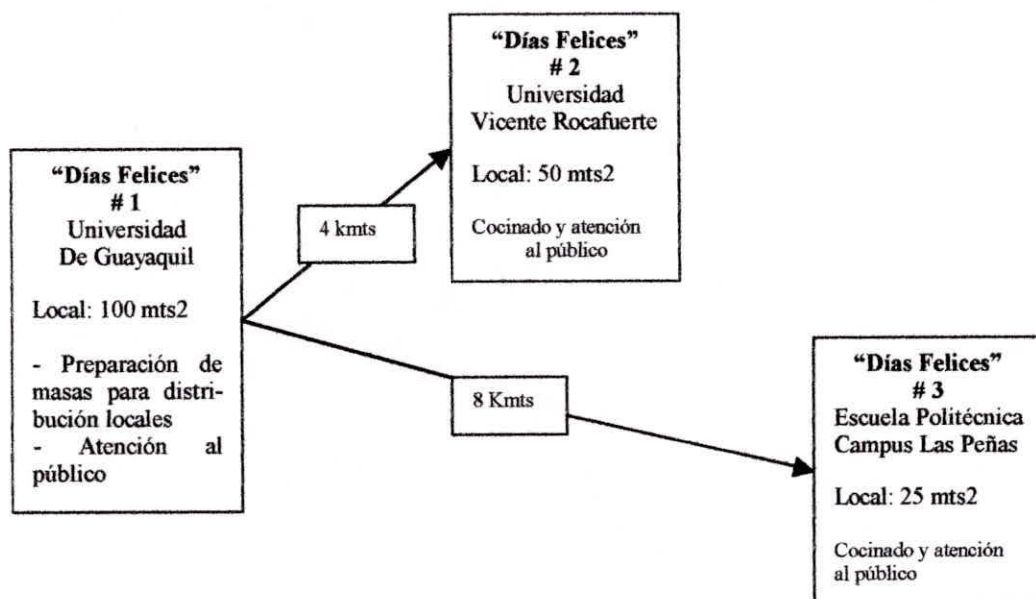
Las marcas de los ingredientes obedecerán a normas de calidad preestablecidas

4.3 Localización del negocio

Dentro de la ciudad de Guayaquil.



BIBLIOTECA ESPAE
ESPOL



4.4 Equipos y maquinarias:

4 Mesas de trabajo de acero inoxidable

1 Amasadora

3 Hornos a gas

3 vitrinas panorámicas

3 Refrigeradoras de cocina

1 Congelador

3 Cajas registradoras

3 Equipos musicales.

3 juegos de utensilios

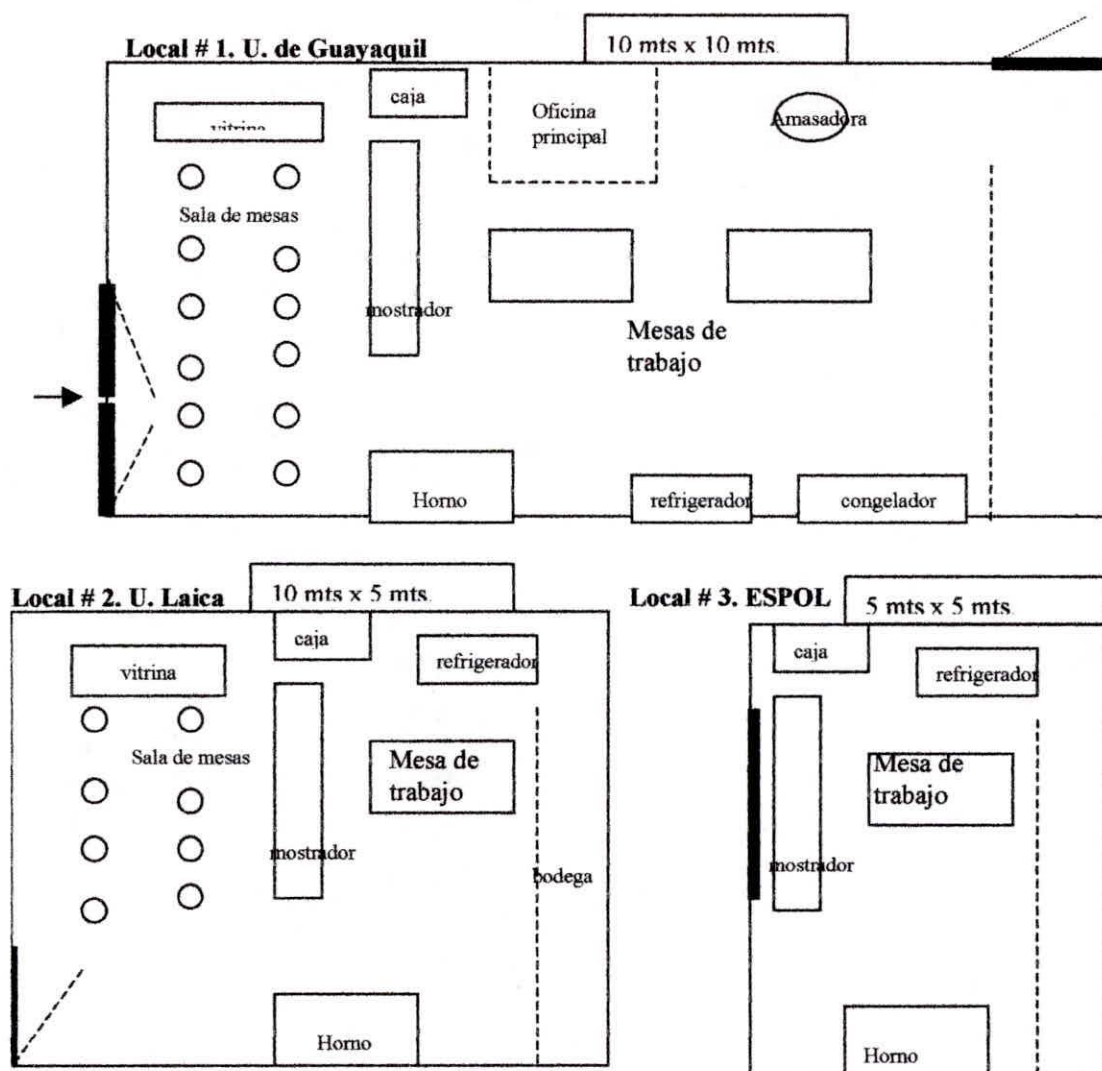
3 Mobiliarios de cocina

1 Mobiliario de restaurante 18 mesas .

1 mobiliario de oficina para dos personas

2 computadoras

4.5 Distribución de la planta

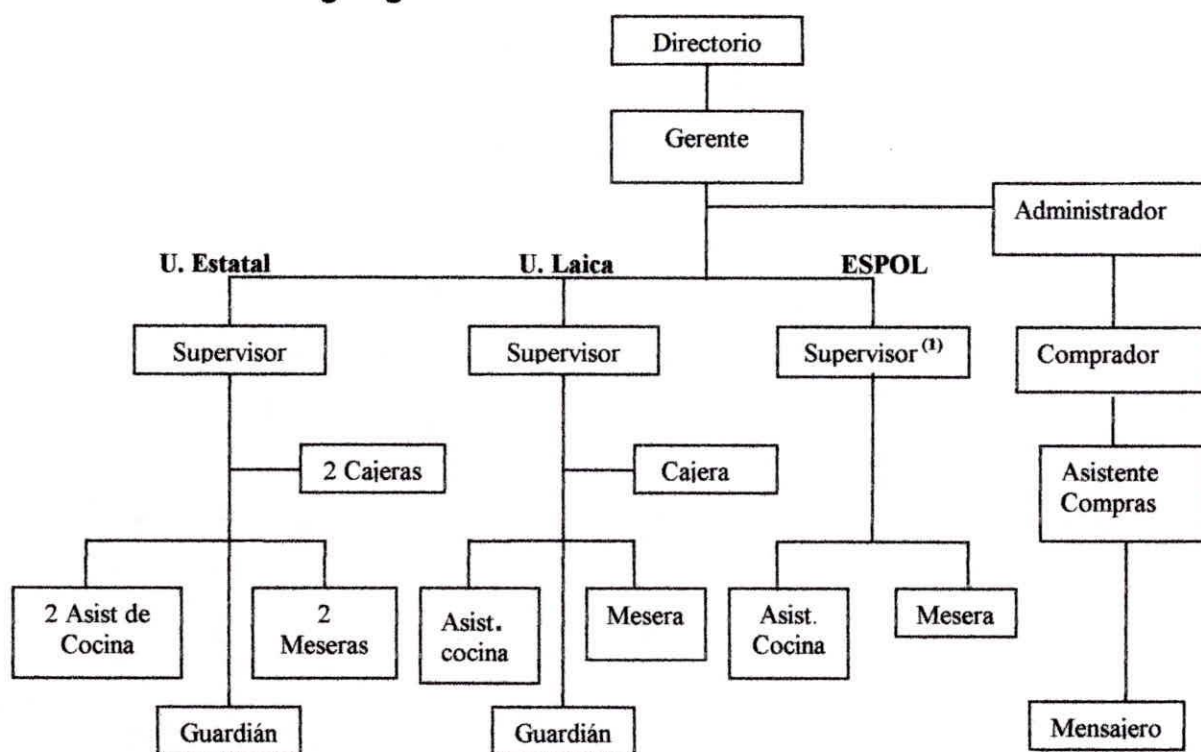


5 ANALISIS ADMINISTRATIVO

La cadena de pizzerías Días Felices se constituirá en una sociedad anónima conformada por cuatro socios. Cada uno aportará con el 25 % de capital inicial y actuarán como directores de la empresa.

La organización de la pizzería está representada a continuación.

5.1 Organigrama



(1) La ESPOL es un local de bajo volumen de ventas, por lo que el supervisor ejercerá funciones de cajero.

5.2 Descripción de funciones

El directorio está constituido por los socios y sus funciones básicas son; definición de la visión, misión, valores filosóficos y la planificación estratégica de la organización en general. Además son responsables de conseguir los recursos para el sostenimiento de la compañía especialmente en su fase de arranque.

El gerente de la cadena de pizzerías, será uno de los socios, máster en administración de empresas, con experiencia en manejo de negocios de comidas rápidas. Sus funciones básicas son de representación legal de la compañía, responsable de la ejecución del plan estratégico a nivel operativo, marketing y manejo de recursos humanos. Relaciones con clientes y proveedores. Su dedicación es de tiempo completo.

El **administrador** será un profesional con experiencia de por lo menos dos años en administración de locales de comida rápida. Tiene como funciones básicas, las de planificación operativa de recursos y materiales, control: financiero, estadístico, logístico, legal. Además manejará la contabilidad de la empresa. Coordinación técnica y administrativa con compras, contabilidad y guardianía. Trabaja a tiempo completo.

Responsable de Compras: Para el abastecimiento de los materiales e insumos se contratará a tiempo completo una persona con experiencia en compras cuya función básica es realizarlas, exigiendo calidad y precios justos de todos los materiales que ingresan, además de: Mantener actualizada lista de proveedores de acuerdo a la calidad de los mismos, cotizar, emitir orden de compra, recibir mercancía verificando pertinencia y calidad, almacenar y distribuir a los puntos de venta. Controlar inventarios físicos de la bodega central y de los locales, cada quince días. Coordinar pedidos y pagos e informar oportunamente a contabilidad. Visitar periódicamente los locales, con la finalidad de informar novedades. Ayuda en la toma de los inventarios físicos en cualquier de los establecimientos a fin de mes.

Ayudante de compras Complementariamente se contratará un, bachiller con experiencia en este tipo de trabajo, que tendrá como función básica el realizar las compras físicas, distribuir los materiales e insumos a los puntos de venta, verificar las existencias diariamente en la matriz y puntos de venta.

Supervisores: Se contratará tres supervisores, quienes serán profesionales relacionados con las ciencias administrativas y con experiencia en manejo de locales de comida rápida, preferentemente relacionada con pasta. Las funciones principales son: mantener la provisión adecuada y oportuna de los materiales y otros insumos para la atención diaria de clientes de acuerdo a volumen de ventas de su local. Es responsable de la presentación de los diferentes productos que se ponen a la venta, del control de calidad de los productos, de la atención y servicio prestado a los clientes y de controlar procesos y tiempos acorde a estándares establecidos. Solucionar cualquier deterioro o daño de las instalaciones del establecimiento, de las maquinarias, equipos y utensilios; notificar oportunamente cualquier anomalía al gerente general y coordinar las actividades de limpieza y mantenimiento del local.

Cocinero Receptará los envíos de la matriz, almacenará lo recibido y preparará los pedidos. Debe mantener limpias sus herramientas y sitio de trabajo, responder por los materiales que se usan y cuidar que no se deterioren o se pierdan.

Cajera. El puesto será ocupado por un bachiller en ciencias contables preferentemente. Sus funciones son las de receptar y cobrar el pedido al ingreso del cliente al local, e indicar inmediatamente el pedido al cocinero. Es responsable de proveerse de los materiales necesarios para su desempeño en forma oportuna. Realiza arqueo de caja y entrega los ingresos diarios al supervisor. Vela por la calidad del servicio y resuelve problemas o inquietudes que presenten los clientes.

Mesera. La mesera preferentemente será una estudiante universitaria, sus funciones son recibir los pedidos del cocinero y servir al cliente, recoger los desechos de las mesas, mantener limpias las mesas inmediatamente que sean desocupadas, mantener limpio el local de atención al público. Resolver inquietudes o reclamos de los clientes o referirlos a su inmediato superior según corresponda.

Guardián. El guardián será un bachiller con experiencia en manejo de armas y la conscripción aprobada. Su función principal será la de cuidar que no haya ningún tipo de disturbio en el local.

Por otra parte se realizarán contratos de mantenimiento de equipos y de fumigación de los locales con terceros especializados.

6 ANALISIS DE PRODUCCION

Como base del análisis, consideraremos los volúmenes y los precios ponderados por kilogramo de pizza. De este modo simplificamos los cálculos de la producción.

TABLA. DATOS GENERALES POR PRESENTACION	Peso (gr.)	Ventas	Precio	Precio Kg
Porción pizza	63	85%	\$1,00	\$16,00
Media pizza	250	10%	\$2,70	\$10,80
Pizza entera	500	5%	\$4,80	\$9,60
Ponderado Kg. Pizza	813	100%		\$15,16

De este modo nuestros cálculos los hacemos en base a 15,25 dólares el kilogramo de pizza.

Adicionalmente se utilizará por un criterio conservador los precios del combo novato.

6.1 Volumen y pedidos

El volumen de ventas en unidades, acorde a la participación de mercado esperada será:

TABLA. PEDIDOS POR LOCAL			Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
	und	% part.				
Univ. Estatal	und	70%	26.489	118.638	138.771	159.698
Univ. Laica	und	20%	7.568	33.897	39.649	45.628
ESPOL	und	10%	3.784	16.948	19.824	22.814
TOTAL			37.842	169.483	198.245	228.140

Lo que genera una producción en kilogramos de:

TABLA. KILOS POR LOCAL		Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
	und				
Univ. Estatal	kg	2.732	12.235	14.311	16.469
Univ. Laica	kg	780	3.496	4.089	4.705
ESPOL	kg	390	1.748	2.044	2.353
TOTAL kg		3.902	17.478	20.444	23.527

6.2 Plan de ventas

Nuestras ventas en dólares se resumen a continuación.

TABLA. VENTAS EN DOLARES		Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
Univ. Estatal		42.677	204.024	245.806	291.360
Univ. Laica		12.193	58.293	70.230	83.246
ESPOL		6.097	29.146	35.115	41.623
TOTAL		60.967	291.463	351.152	416.229

6.3 Plan de compras

Para sustentar las ventas propuestas nuestro plan de compras es:

TABLA. PLAN DE COMPRAS	Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
CONSUMO MAT. PRIMA	10.767	52.602	63.374	75.119
POLITICA INV. DE MAT. PRIMA	18%	18%	18%	18%
INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA	2.280	658	9.468	11.407
INV. FINAL DE MAT. PRIMA	1.938	9.468	11.407	13.521
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	10.425	61.412	65.313	77.233

7 ANALISIS ECONOMICO

7.1 Inversión en activos fijos

La inversión inicial se estima en 28.100 dólares, cuyo detalle se adjunta.

TABLA. DETALLE DE ACTIVOS FIJOS	
4 Mesas de trabajo de acero inoxidable	S/4.000
1 Amasadora	S/650
3 Hornos a gas.	S/6.000
3 balanzas.	S/600
3 vitrinas panorámicas	S/1.500
3 Refrigeradoras de cocina	S/1.200
1 Congelador	S/4.500
3 Cajas registradoras	S/1.200
3 Equipo musical.	S/450
3 juegos de utensillos	S/600
3 Mobiliario de cocina	S/3.000
1 Mobiliario de restaurante 18 mesas	S/1.500
1 mobiliario de oficina para dos personas	S/400
2 computadores	S/2.500
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS	S/28.100

7.2 Gastos de arranque

Nuestros gastos de arranque se han estimado en 5.800 dólares

TABLA. GASTOS NECESARIOS PARA ARRANQUE	
Legal	\$1.200
Papelería etc.	\$200
Folletos y publicidad	\$500
Consultores	\$0
Seguro	\$500
Instalación de líneas telefónicas	\$300
Depósitos inicial por alquiler	\$1.400
Adornos / Re-modelo	\$1.500
Otros Recursos	\$200
Gastos de Arranque	\$5.800

7.3 Presupuesto de componentes por kilogramo de pizza

TABLA. COSTOS MAT. PRIMA X KG	Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
Inflación	3%	10%	3%	3%
INGREDIENTES				
Harina	0,0264	0,0286	0,0295	0,0303
Levadura	0,0025	0,0028	0,0028	0,0029
Leche	0,0127	0,0138	0,0142	0,0146
Mantequilla	0,0092	0,0099	0,0102	0,0105
Especies	0,0102	0,0110	0,0113	0,0117
Queso	0,0488	0,0528	0,0544	0,0560
Pasta de tomate	0,0061	0,0066	0,0068	0,0070
Otros adicionales	0,0376	0,0407	0,0419	0,0432
SUBTOTAL	0,1535	0,1661	0,1711	0,1762

COSTO X KG	2,46	2,66	2,74	2,82
COSTO X KG. MAT. EMPAQUE	0,33	0,35	0,36	0,37
COSTO TOTAL X KG. MAT. PRIMA + M	2,78	3,01	3,10	3,19
COSTO DE MAT. PRIMAS X MES	3.658	52.602	63.374	75.119

7.4 Presupuesto de personal

Nuestro presupuesto de gastos de mano de obra es.

TABLA. MANO DE OBRA			Cuarto	Año 1	Año 2	Año 3
NOMINA	CANT	SALARIO	Trimestre			
Gerente general	1	1.000	3.000	14.400	15.120	15.876
Administrador	1	700	2.100	10.080	10.584	11.113
Supervisores	3	300	2.700	12.960	13.608	14.288
Cajeras (3)	3	200	1.800	8.640	9.072	9.526
meseras (4)	4	180	2.160	10.368	10.886	11.431
Compradores	1	300	900	4.320	4.536	4.763
Asistente de compras	1	200	600	2.880	2.880	2.880
Mensajero/Guardia	4	150	1.800	8.640	9.072	9.526
SUBTOTAL			15.060	72.288	75.758	79.402
			-			
Prestaciones sociales (40%)			6.519	31.156	32.611	34.138
			-			
TOTAL			21.579	103.444	108.370	113.540

7.5 Gastos de Operación

El estado de pérdidas y ganancias de nuestra cadena de pizzas es.

TABLA. ESTADOS DE PERDIDAS Y GANACIAS		Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
	Particip.				
INGRESOS NETOS		60.967	291.463	351.152	416.229
EGRESOS					
MAT. PRIMAS	18%	10.767	52.602	63.374	75.119
MANO DE OBRA	4%	2.160	10.368	10.886	11.431
GASTOS IND. FABRICACION	13%	7.507	32.706	33.603	34.526
MARGEN BRUTO	66%	40.532	195.787	243.289	295.153
		66%	67%	69%	71%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38%	22.278	106.670	111.736	117.056
GASTOS DE ASESORIA	1%	600	2.400	2.400	2.400
GASTOS DE PUBLICIDAD	3%	1.829	8.744	10.535	12.487
GASTOS VARIOS					
GASTOS FINANCIEROS	2%	1.175	3.898	2.406	630
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		14.650	74.075	116.212	162.580
IMPUESTOS 25%		3.662	18.519	29.053	40.645
IMPUESTOS 15%		2.197	11.111	17.432	24.387
UTILIDAD NETA		8.790	44.445	69.727	97.548

7.6 Análisis de costos

La empresa obtiene su punto de equilibrio en.

ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO		4to trim.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Precio unitario variable	PUV \$	15,16	\$ 15,16	\$ 15,16	\$ 15,16
Costo variable unitario	CVU \$	4	\$ 4	\$ 4	\$ 4
Costo fijo	CF \$	32.320	\$ 150.152	\$ 156.492	\$ 163.004
Punto de equilibrio en unidades		2.793	13.272	13.821	14.416
Punto de equilibrio en dólares	\$	42.336	\$ 201.210	\$ 209.526	\$ 218.546

8 ANALISIS FINANCIERO

8.1 Flujo de caja

Como puede observarse la inversión de 12.000 dólares y el préstamo de 24.000 dólares mantienen al proyecto en buena situación de liquidez.

TABLA. FLUJO DE CAJA		Periodo cero	Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
Caja Inicial		-	8.997	8.231	37.060	96.550
Ingresos al contado	100%		60.967	291.463	351.152	416.229
ingreso por recuperación de cartera	0%		-	-	-	-
Total disponible		-	69.963	299.694	388.212	512.779
(-) egresos			-			
(-) inversiones en activos fijos	28.100	-	-	-	-	-
(-) Egresos por compra de M.P.	1.000	10.425	61.412	65.313	77.233	
(-) Egresos por M.O.		2.160	10.368	10.886	11.431	
(-) egresos por gastos de fabricación	700	-				
Energía eléctrica		773	3.501	3.606	3.714	
Agua		139	630	649	669	
Gas		1.484	6.722	6.924	7.131	
Insumos		464	2.101	2.164	2.229	
Depreciación		848	2.810	2.810	2.810	
Arriendo	1.400	2.100	9.240	9.517	9.803	
Teléfono		371	1.680	1.731	1.783	
Seguros	500	93	420	433	446	
Impuestos de funcionamiento		1.236	5.602	5.770	5.943	
APERTURA Servicios Públicos .	300	-				
REMODELACIONES	1.500	-				
			-			

(-) egresos por gastos de adm y vtas.		-			
SUELDOS		15.060	72.288	75.758	79.402
Gastos de publicidad	500	1.829	8.744	10.535	12.487
Asesoría contable		600	2.400	2.400	2.400
Gastos de papelería	200	300	1.200	1.200	1.200
(-) egresos por pago de impuestos		-			
escritura de constitución	1.200	-			
Avisos y tableros		-			
Bomberos		30	120	120	120
Registro mercantil		-			
IVA		-			
Impuesto a la renta		3.662	18.519	29.053	40.645
PART. TRABAJO		2.197	11.111	17.432	24.387
Prestaciones sociales		6.888	33.062	34.658	36.333
Pago de préstamos					
CAPITAL +					
INTERESES		2.676	10.704	10.704	8.028
		-			
TOTAL EGRESOS	35.400	53.336	262.634	291.662	328.193
NETO DISPONIBLE	(35.400)	16.627	37.060	96.550	184.586
		-			
MAS APOORTE DE ACCIONISTAS	12.000	-			
MAS FINANCIAMIENTO BANCARIO	24.000	-			
DISTRIBUCION DE EXCEDENTES		-			
SALDO CAJA	600	16.627	37.060	96.550	184.586

9 OTROS ANALISIS

9.1 Legal

No hemos encontrado limitantes legales para la constitución de la compañía como sociedad anónima. Hemos decidido que la compañía tendrá un nombre genérico a fin de permitir la diversificación de marcas en el futuro o realizar otras actividades afines. Esto obliga entonces a realizar la constitución de la

compañía y el registro de marca por un costo total de 1.200 dólares y con una demora de 4 meses en total.

9.2 Permisos requeridos anualmente para funcionar

- *Certificado de salud de cada uno de los trabajadores*
- *Patente municipal*
- *Tasa de habilitación (Municipio)*
- *Certificado de seguridad (Bomberos)*
- *Certificado de salud pública*
- *Certificado de CETUR*

9.3 Social

Socialmente pretendemos colaborar con el medio universitario brindando productos higiénicamente preparados y entregados, con altos estándares de calidad en el servicio y atención con mucha calidez.

Consideramos en nuestro plan capacitación frecuente a nuestro personal para que se desempeñe mejor en la labor que realiza. El plan contemplará desarrollo integral como persona y como empleado.

9.4 Valores

Pizzerías “Días Felices” contará con los siguientes principios como base de la cultura organizacional que se pretende desarrollar:

Ambición: Incesante búsqueda de bienestar y progreso mediante el desarrollo integral del individuo y la empresa

Respeto por si mismo: Nuestro esfuerzo nos ayuda a conocernos, mejorar la calidad de vida y con ello ser útil a los demás

Devoción: Dios me invita a trabajar y a ser paciente en alcanzar mis metas

Lealtad: El grupo se beneficia a través de la confianza mutua

Honestidad: La grandeza de nuestras acciones basadas en la transparencia de las mismas

10 EVALUACION DEL PROYECTO

A continuación se detallan: el balance general, el flujo de caja totalmente neto y el análisis del TIR y el VAN que muestran que la inversión de 12.000 dólares de los socios y el préstamo de 24.000 dólares se recuperan con una rentabilidad del 174 % en tres años.

Esta rentabilidad es superior a la que los socios obtendrían en otros medios financieros, por lo que consideramos el proyecto factible.

El valor actual neto es de 92,853 dólares que permiten recuperar la inversión durante el primer año de funcionamiento.

El punto de equilibrio económico nos permite que con un cumplimiento del 68% de nuestras ventas estimadas, el proyecto alcanza su nivel de factibilidad.

BALANCE GENERAL	Periodo cero	Dic. Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVOS					
Caja	600	8.231	37.060	96.550	184.586
Bancos					
Cuentas x cobrar					
Inventarios Mat. Prima	1.000	658	9.468	11.407	13.521
Actvos fijos	28.100	27.252	23.858	20.465	17.072
Depreciación		848	4.242	7.635	11.028
Otros activos	500	500	500	500	500
TOTAL ACTIVOS	30.200	37.489	75.129	136.558	226.708
PASIVOS					
C. X pagar (Proveedores)					
Impuesto a la renta por pagar	-				
D. X pagar (Bancos)	24.000	22.499	15.694	7.395	
Interés acumulado por pagar					
Otros impuestos					
TOTAL PASIVOS	24.000	22.499	15.694	7.395	-
PATRIMONIO					
Capital	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Utilidades retenidas					
Utilidades Acumulada		5.442	8.790	53.235	122.962
Utilidades del ejercicio		3.348	44.445	69.727	97.545
(menos) gastos de arranque	(5.800)	(5.800)	(5.800)	(5.800)	(5.800)
TOTAL PATRIMONIO	6.200	14.990	59.435	129.162	226.707
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	30.200	37.489	75.129	136.557	226.707

FLUJO DE CAJA TOTALMENTE NETO	Periodo cero	Cuarto Trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
UTILIDAD NETA	-	8.790	-	44.445	69.727
MAS DEPRECIACION	-	848	2.810	2.810	2.810
MAS AMORTIZACIÓN	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA NETO	-	9.638	2.810	47.255	72.537
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	28.100	-	-	-	-
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	2.100	-	-	-	-
GASTOS PREOPERATIVOS	5.800	-	-	-	-
MENOS PRESTAMOS	(24.000)	-	-	-	-
INVERSIONES NETAS PROPIAS	(12.000)	9.638	2.810	47.255	72.537
VALOR DE MERCADO DE LA EMPRESA	-	-	-	-	-
FLUJO DE LIQUIDACIÓN	-	-	-	-	24.000
VALOR DE RECUPERACION	-	-	-	-	24.000
FLUJO DE CAJA TOTALMENTE NETO	(12.000)	9.638	2.810	47.255	96.537

TABLA ANALISIS DE TIR Y VAN		VAN	TIR
TASA DE DESCUENTO	10%	\$92.852,78	174%
INVERSION INICIAL	-\$12.000		
FLUJO NETO AÑO 1	\$2.810		
FLUJO NETO AÑO 2	\$47.255		
FLUJO NETO AÑO 3	\$96.537		

11 ANALISIS DE RIESGO

11.1 Debilidades y amenazas de la empresa

Debilidades:

- Poca experiencia en el manejo de este tipo de negocios

Amenazas:

- Paralización de las universidades por huelgas y motines políticos con los consiguientes perjuicios al local.

- Presencia de franquicias internacionales que pueden ubicar sus locales junto a los nuestros.
- Mejoramiento o desarrollo de restaurantes dentro de las universidades
- Mucha competencia informal, sin regulaciones y sin mucha inversión
- Incapacidad de sostener por un largo periodo competencias en precios, con base a promociones

12 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En base a las amenazas previstas hemos planteado dos escenarios posibles:

1. Cierre de la Universidad de Guayaquil, lo que conlleva a una disminución de nuestro ingreso del 70 %
2. Aumento de las materias primas producto de una inflación no esperada del 30 %, lo que no nos permitiría reaccionar con un incremento de precio inmediato.

12.1 Escenario 1. Cierre de la Universidad de Guayaquil.

Como se puede observar el cierre de la Universidad de Guayaquil resulta insostenible.

ESTADOS DE PERDIDAS Y GANACIAS		4to	Año 1	Año 2	Año 3
	Particip.	trimestre			
INGRESOS NETOS	100%	18.633	98.981	117.355	136.856
EGRESOS		-			
MAT. PRIMAS	18%	3.354	17.817	21.124	24.634
MANO DE OBRA	4%	2.160	10.368	10.886	11.431
GASTOS IND. FABRICACION	14%	2.609	13.857	16.430	19.160
		-			
MARGEN BRUTO	56%	10.511	56.939	68.915	81.631
		-			
		-			
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38%	22.278	106.670	111.736	117.056
GASTOS VARIOS		-			
GASTOS FINANCIEROS	2%	1.175	3.898	2.406	630
		-			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-78%	(12.943)	(53.630)	(45.227)	(36.054)
IMPUESTOS A LA RENTA	25%	-	-	-	-
REPARTICION A TRABAJADORES	15%	-	-	-	-
UTILIDAD NETA		(12.943)	(53.630)	(45.227)	(36.054)

12.2 Escenario 2. Incremento de materias primas.

ESTADOS DE PERDIDAS Y GANACIAS		4to	Año 1	Año 2	Año 3
	Particip.	trimestre			
INGRESOS NETOS	100%	62.111	329.936	391.183	456.187
		-			
EGRESOS		-			
MAT. PRIMAS	18%	13.997	68.382	82.386	97.655
MANO DE OBRA	4%	2.160	10.368	10.886	11.431
GASTOS IND. FABRICACION	14%	-	32.706	33.603	34.526
		-			
MARGEN BRUTO	60%	38.447	218.480	264.308	312.575
		-			
		-			
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38%	22.278	106.670	111.736	117.056
GASTOS DE ASESORIA	1%	600	2.400	2.400	2.400
GASTOS DE PUBLICIDAD	3%	1.829	8.744	10.535	12.487
GASTOS VARIOS		-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	2%	1.175	3.898	2.406	630
		-			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	16%	12.565	96.767	137.231	180.003
IMPUESTOS 25%	25%	3.141	24.192	34.308	45.001
IMPUESTOS 15%	15%	1.885	14.515	20.585	27.000
UTILIDAD NETA		7.539	58.060	82.339	108.002

13 ANEXO 1. CRONOGRAMA DE EJECUCION

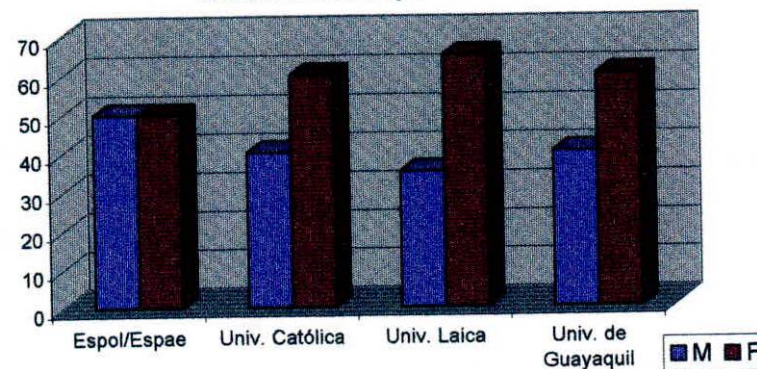
ACTIVIDAD	NO. DIAS	INICIO	FIN
CONCRETAR FINANCIAMIENTO	15 DIAS	12 JUN	2 JUL
CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	45 DIAS	3 JUL	4 SEP
UBICACIÓN DE LOCALES	15 DIAS	3 JUL	23 JUL
FIRMAR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO	5 DIAS	24 JUL	31 JUL
REMODELACIÓN DE LOCALES	30 DIAS	1 AGO	11 SEP
CONTRATACION DE PERSONAL	15 DIAS	1 AGO	21 AGO
COMPRA DE ACTIVOS	30 DIAS	3 JUL	14 AGO
INSTALACION DE ACTIVOS	5 DIAS	15 AGO	21 AGO
CAPACITACION DE PERSONAL	5 DIAS	22 AGO	28 AGO
PRUEBAS PREVIAS	2 DIAS	22 AGO	28 AGO
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	15 DIAS	12 SEP	2 OCT
PREPARACIÓN DE INAUGURACIÓN	3 DIAS	31 AGO	3 SEP
PUBLICIDAD DE PREARRANQUE	15 DIAS	5 SEP	25 SEP
IMPRIMIR PAPELERIA	21 DIAS	5 SEP	3 OCT
ORDENES DE COMPRA DE MATERIA PRIMA	4 DIAS	4 OCT	10 OCT
INAUGURACION	21 DIAS	11 OCT	9 NOV

14. ANEXO 2.- DETALLE DE ANÁLISIS DE MERCADO

Distribución porcentual por sexo

Universidad	M	F
Espol/Espae	50	50
Univ. Católica	40	60
Univ. Laica	35	65
Univ. de Guayaquil	40	60

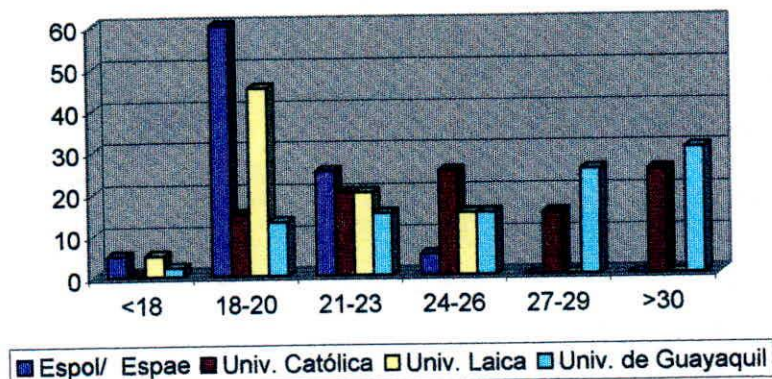
Distribución % por sexo



Distribución porcentual por edad

Edad/Universidad	Espol/ Espae	Univ. Católica	Univ. Laica	Univ. de Guayaquil
<18	5	0	5	2
18-20	60	15	45	13
21-23	25	20	20	15
24-26	5	25	15	15
27-29	0	15	0	25
>30	0	25	0	30

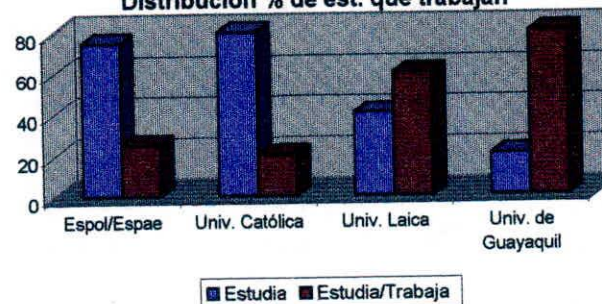
Distribución % por edad



Distribución por estudiantes que trabajan

Universidad	Estudia	Estudia/T rabaja
Espol/Espae	75	25
Univ. Católica	80	20
Univ. Laica	40	60
Univ. de Guayaquil	20	80

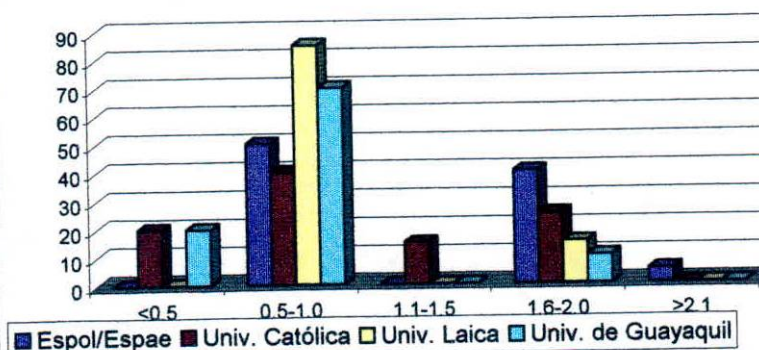
Distribución % de est. que trabajan



Capacidad de gasto

Gasto(\$)/ Universidad	Espol/Es pae	Univ. Católica	Univ. Laica	Univ. de Guayaquil
<0,5	0	20	0	20
0,5-1,0	50	40	85	70
1,1-1,5	0	15	0	0
1,6-2,0	40	25	15	10
>2,1	5	0	0	0

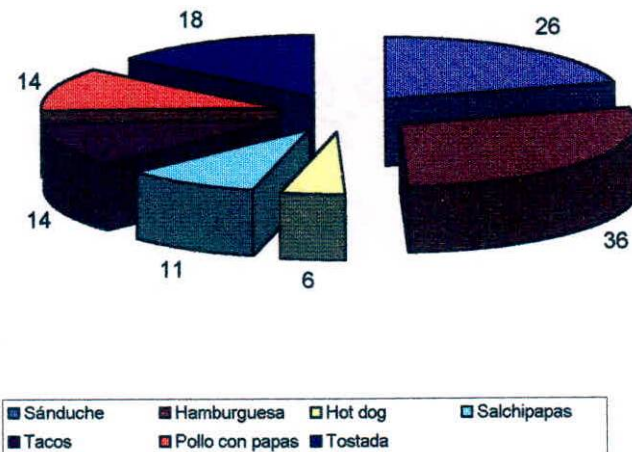
Capacidad de gasto



Preferencias de comida

Comida / Universidad	Espol/ Espae	Univ. Católica	Univ. Laica	Univ. de Guayaquil	Promedio
Sánduche	13	50	15	25	26
Hamburguesa	22	35	40	45	36
Hot dog	22	0	0	0	6
Salchipapas	22	5	0	18	11
Tacos	4	10	30	12	14
Pollo con papas	17	20	15	5	14
Tostada	0	40	0	30	18

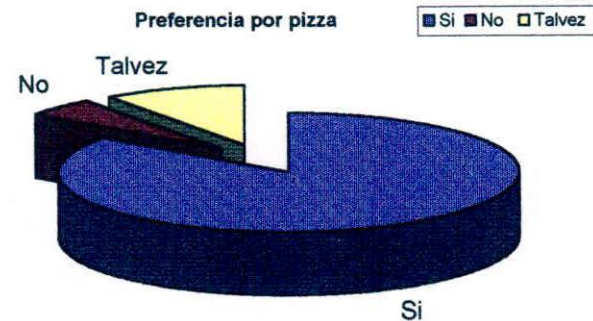
Preferencias de comida



Preferencia por pizza

Universidad	Si	No	Talvez
Espol/Espae	85	5	10
Univ. Católica	60	10	30
Univ. Laica	95	5	0
Univ. de Guayaquil	70	10	20

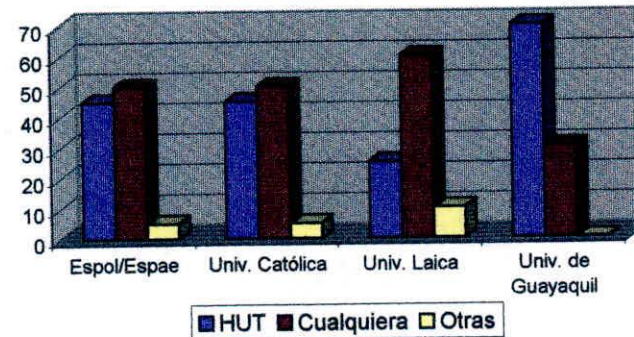
Preferencia por pizza



Preferencia de pizzerías

Universidad	HUT	Cualquiera	Otras
Espol/Espae	45	50	5
Univ. Católica	45	50	5
Univ. Laica	25	60	10
Univ. de Guayaquil	70	30	0

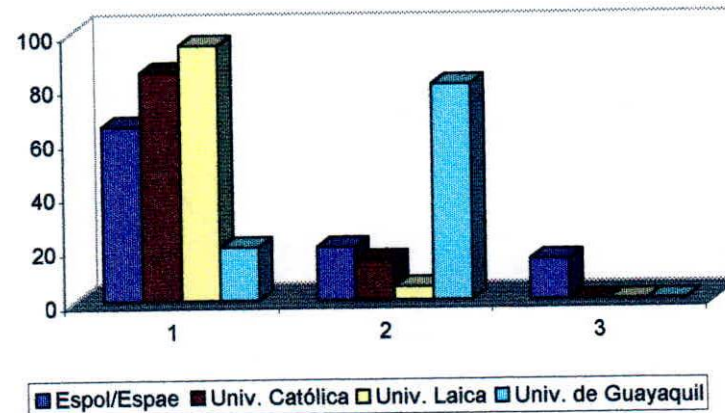
Preferencia de pizzerías



Número de comidas al día

Universidad	1	2	3
Espol/Espae	65	20	15
Univ. Católica	85	15	0
Univ. Laica	95	5	0
Univ. de Guayaquil	20	80	0

Número de comidas al día



BIBLIOTECA ESPOL



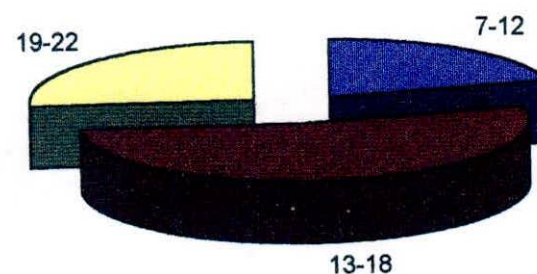
Horario de comida

Universidad	7-12	13-18	19-22
Espol/Espae	21	53	26
Univ. Católica	66	36	0
Univ. Laica	0	5	95
Univ. de Guayaquil	25	115	40

Nota: Comen dos veces en la tarde

Horario de comida

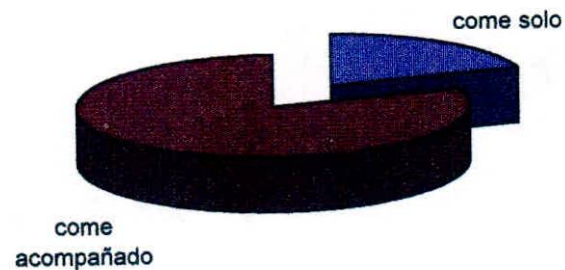
■ 7-12 ■ 13-18 ■ 19-22



Costumbre social a la hora de la comida

Universidad	come solo	come acompañado
Espol/Espae	20	80
Univ. Católica	15	85
Univ. Laica	10	90
Univ. de Guayaquil	25	75

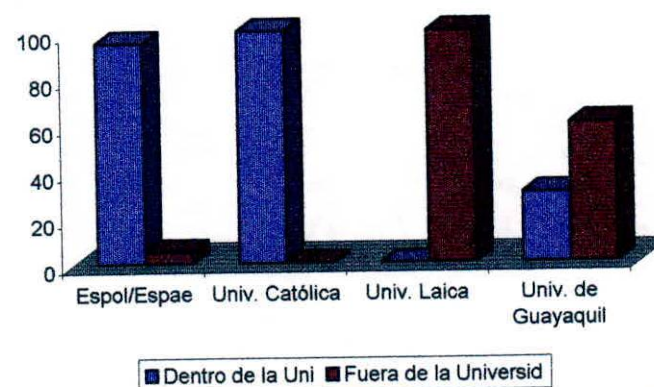
Costumbre social a la hora de comida



Preferencias por lugares de comida

Universidad	Dentro de la Uni	Fuera de la Universidad
Espol/Espae	95	5
Univ. Católica	100	0
Univ. Laica	0	100
Univ. de Guayaquil	30	60

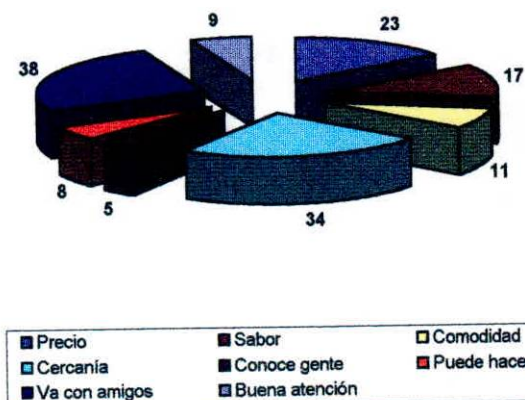
Preferencias por lugares de comida



Motivos de preferencia

Universidad	Espol/Espae	Univ. Católica	Univ. Laica	Univ. de Guayaquil	Promedio
Precio	15	35	35	5	23
Sabor	19	15	20	15	17
Comodidad	0	30	5	10	11
Cercanía	22	40	10	65	34
Conoce gente	0	10	0	10	5
Puede hacer tareas	0	15	0	15	8
Va con amigos	35	55	30	30	38
Buena atención	9	10	0	15	9

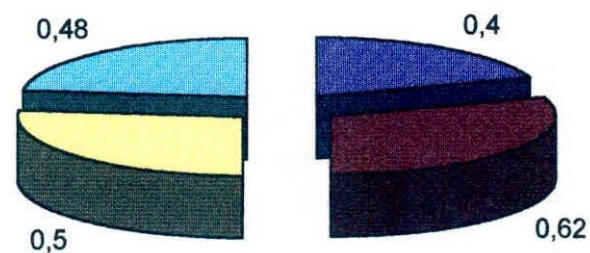
Motivos de preferencia



Costos de comida (dólares)

Universidad	Espol/ Espae	Univ. Católica	Univ. Laica	Univ. de Guayaquil
Hamburguesa	0,4	0,48	0,4	0,48
Sánduche		0,72		0,48
Tostada		0,28		0,3
Pollo		1		
Tacos			0,68	0,72
Salchipapas				0,4
Promedio	0,4	0,62	0,5	0,48

**Costo de comida
(dólares)**

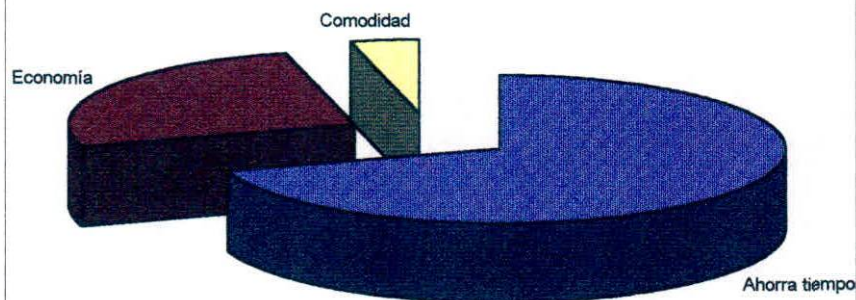


■ Espol/ Espae ■ Univ. Católica ■ Univ. Laica ■ Univ. de Guayaquil

Razones para comer en los alrededores

Universidad	Ahorra tiempo	Económí a	Comodi dad
Espol/Espae	70	26	4
Univ. Católica	80	20	15
Univ. Laica	75	15	10
Univ. de Guayaquil	80	15	5

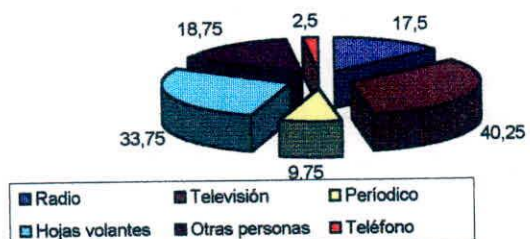
Razones para comer en los alrededores



Preferencias por medios de comunicación

Universidad	Espol/ Espae	Univ. Católica	Univ. Laica	Univ. de Guayaquil	Promedio
Radio	10	20	20	20	17,5
Televisión	21	40	20	80	40,25
Periodico	14	15	5	5	9,75
Hojas volantes	30	25	40	40	33,75
Otras personas	25	20	15	15	18,75
Teléfono	0	10	0	0	2,5

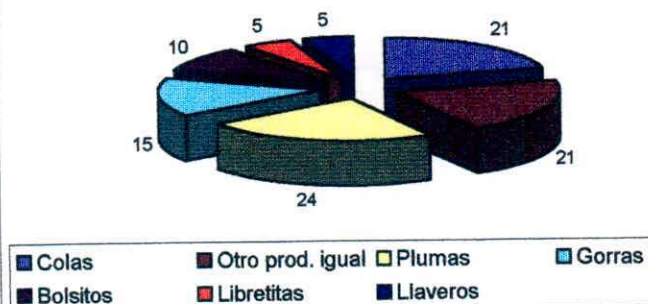
Preferencias por medios de comunicación



Preferencias por promociones

Universidad	Espol/ Espae	Univ. Católica	Univ. Laica	Univ. de Guayaquil	Promedio
Colas	40	5	35	5	21
Otro prod. igual	35	5	40	5	21
Plumas	20	35	10	30	24
Gorras	5	20	15	20	15
Bolsitos	0	20	0	20	10
Libretitas	0	20	0	0	5
Llaveros	0	0	0	20	5

Preferencias por promociones



14. ANEXO 3 DETALLE DE CALCULOS

SUPUESTOS MACROECONOMICOS

TABLA. GENERALES	1Mes	2Mes	3Mes	Año 1	Año 2	Año 3
Crecimiento de población estudiantil anual	1,00	1,00	1,00	1,05	1,07	1,10
Inflacion promedio anual	1,01	1,01	1,01	1,10	1,03	1,03

TABLA. TASA DE CRECIMIENTO	1Mes	2Mes	3Mes	Año 1	Año 2	Año 3
Crecimiento primer mes cada año				1,10%	0,95%	0,80%
Crecimiento anual de volumen	1,011	1,022	1,033	1,132	1,11	1,10

NUESTROS CLIENTES Y TAMAÑO DE MERCADO

TABLA. RESUMEN DE RESULTADOS DEL ANALISIS DE MERCADO					
Universidad	Número de estudiantes	Comen en la universidad	Preferencia por pizza		Frecuencia al mes
Porcentaje según encuestas		90%			30%
Estatat	40.000	36.000	90%	32.400	9.720
Univ. Laica	8.600	7.740	95%	7.353	2.206
ESPOL	2.400	2.160	85%	1.836	551
TOTAL	51.000	45.900		41.589	12.477
			% del total		24,46%

TABLA. PARTICIPACION DE MERCADO X CLIENTES	CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
	1Mes	2Mes	3Mes			
MERCADO TOTAL (clientes)	51.000	51.000	51.000	51.000	53.550	56.228
PARTICIPACION DE MERCADO	24,46%	24,73%	25,00%	27,69%	30,85%	33,81%
CANTIDAD DE CLIENTES ESTIMADO	12.477	12.614	12.751	14.124	16.520	19.012

ANALISIS DE PRODUCCION

TABLA. PARTICIPACION DE VENTAS POR LOCAL	
Univ. Estatal	70%
Univ. Laica	20%
ESPOL	10%

TABLA. DATOS GENERALES POR PRESENTACION	Peso (gr.)	Ventas	Precio	Precio Kg
Porción pizza	63	85%	\$1,00	\$16,00
Media pizza	250	10%	\$2,70	\$10,80
Pizza entera	500	5%	\$4,80	\$9,60
Ponderado Kg. Pizza	813	100%		\$15,16

No. Dias por mes		24				
TABLA. TRANSACCIONES POR DIA		520	Porciones	Medias	Enteras	Pizzas
Estatad	70%	364	309	36	18	66
Univ. Laica	20%	104	88	10	5	19
ESPOL	10%	52	44	5	3	9
TOTAL PIZZAS DIA						94

VOLUMEN Y PEDIDOS.

			CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
TABLA. PEDIDOS POR LOCAL	und	% part.	1Mes	2Mes	3Mes			
Univ. Estatal	und	70%	8.734	8.830	8.926	118.638	138.771	159.698
Univ. Laica	und	20%	2.495	2.523	2.550	33.897	39.649	45.628
ESPOL	und	10%	1.248	1.261	1.275	16.948	19.824	22.814
TOTAL			12.477	12.614	12.751	169.483	198.245	228.140

TABLA. PORCENTAJE VENTA POR PEDIDO	Peso (gr.)	Ventas	Factor Ventas
Porción pizza	63	85%	53,125
Media pizza	250	10%	25,000
Pizza entera	500	5%	25,000

		CUARTO TRIMESTRE				Año 1	Año 2	Año 3
TABLA. KILOS POR LOCAL	und	1Mes	2Mes	3Mes	Total 4to trim			
Univ. Estatal	kg	901	911	920		12.235	14.311	16.469
Univ. Laica	kg	257	260	263		3.496	4.089	4.705
ESPOL	kg	129	130	131		1.748	2.044	2.353
TOTAL kg		1.287	1.301	1.315	3.902	17.478	20.444	23.527

VENTAS Y COMPRAS

TABLA. EVOLUCION DE PRECIOS	CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
	1Mes	2Mes	3Mes			
Tasa de incremento	3%	3%	1%	10%	3%	3%
Porción pizza	\$1,00	\$1,03	\$1,06	\$1,10	\$1,13	\$1,17
Media pizza	\$2,70	\$2,78	\$2,86	\$2,97	\$3,06	\$3,15
Pizza entera	\$4,80	\$4,94	\$5,09	\$5,28	\$5,44	\$5,60
Ponderado Kg	\$15,16	\$15,61	\$16,08	\$16,68	\$17,18	\$17,69

PLAN DE VENTAS

TABLA. VENTAS EN DOLARES	CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
	1Mes	2Mes	3Mes			
Univ. Estatal	\$ 13.654	\$ 14.218	\$ 14.804	\$ 204.024	\$ 245.806	\$ 291.360
Unv. Laica	\$ 3.901	\$ 4.062	\$ 4.230	\$ 58.293	\$ 70.230	\$ 83.246
ESPOL	\$ 1.951	\$ 2.031	\$ 2.115	\$ 29.146	\$ 35.115	\$ 41.623
TOTAL	\$ 19.506	\$ 20.312	\$ 21.149	\$ 291.463	\$ 351.152	\$ 416.229
TOTAL PERIODO	\$ 60.967					

TABLA. COSTOS MAT. PRIMA X KG	CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
	1Mes	2Mes	3Mes			
Inflación	1%	1%	1%	10%	3%	3%
INGREDIENTES						
Harina	\$0,0260	\$0,0262	\$0,0264	\$0,0286	\$0,0295	\$0,0303
Levadura	\$0,0025	\$0,0025	\$0,0025	\$0,0028	\$0,0028	\$0,0029
Leche	\$0,0125	\$0,0126	\$0,0127	\$0,0138	\$0,0142	\$0,0146
Mantequilla	\$0,0090	\$0,0091	\$0,0092	\$0,0099	\$0,0102	\$0,0105
Especies	\$0,0100	\$0,0101	\$0,0102	\$0,0110	\$0,0113	\$0,0117
Queso	\$0,0480	\$0,0484	\$0,0488	\$0,0528	\$0,0544	\$0,0560
Pasta de tomate	\$0,0060	\$0,0061	\$0,0061	\$0,0066	\$0,0068	\$0,0070
Otros adicionales	\$0,0370	\$0,0373	\$0,0376	\$0,0407	\$0,0419	\$0,0432
SUBTOTAL	\$0,1510	\$0,1523	\$0,1535	\$0,1661	\$0,1711	\$0,1762
COSTO X KG	\$2,42	\$2,44	\$2,46	\$2,66	\$2,74	\$2,82
COSTO X KG. MAT. EMPAQUE	\$0,32	\$0,32	\$0,33	\$0,35	\$0,36	\$0,37
COSTO TOTAL X KG. MAT. PRIMA + MAT. EMP.	S/2,74	S/2,76	S/2,78	S/3,01	S/3,10	S/3,19
COSTO DE MAT. PRIMAS X MES	S/3.520	S/3.589	S/3.658	S/52.602	S/63.374	S/75.119

TABLA. PLAN DE COMPRAS	CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
	1Mes	2Mes	3Mes			
CONSUMO MAT. PRIMA	\$ 3.520	\$ 3.589	\$ 3.658	\$ 52.602	\$ 63.374	\$ 75.119
POLITICA INV. DE MAT. PRIMA	18%	18%	18%	18%	18%	18%
INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA	\$ 1.000	\$ 634	\$ 646	\$ 658	\$ 9.468	\$ 11.407
INV. FINAL DE MAT. PRIMA	\$ 634	\$ 646	\$ 658	\$ 9.468	\$ 11.407	\$ 13.521
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	\$ 3.154	\$ 3.601	\$ 3.670	\$ 61.412	\$ 65.313	\$ 77.233

ANALISIS ECONOMICO

TABLA. DETALLE DE ACTIVOS FIJOS	
4 Mesas de trabajo de acero inoxidable	S/4.000
1 Amasadora	S/650
3 Hornos a gas.	S/6.000
3 balanzas.	S/600
3 vitrinas panorámicas	S/1.500
3 Refrigeradoras de cocina	S/1.200
1 Congelador	S/4.500
3 Cajas registradoras	S/1.200
3 Equipo musical.	S/450
3 juegos de utensillos	S/600
3 Mobiliario de cocina	S/3.000
1 Mobiliario de restaurante 18 mesas	S/1.500
1 mobiliario de oficina para dos personas	S/400
2 computadores	S/2.500
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS	S/28.100

TABLA. GASTOS NECESARIOS PARA ARRANQUE	
Legal	\$1.200
Papelería etc.	\$200
Folletos y publicidad	\$500
Consultores	\$0
Seguro	\$500
Instalación de líneas telefónicas	\$300
Depósitos inicial por alquiler	\$1.400
Adornos / Re-modelo	\$1.500
Otros Recursos	\$200
Gastos de Arranque	\$5.800

TABLA. ACTIVOS NECESARIOS	
Requerimientos de caja	\$600
Arranque de Inventario	\$1.000
Mobiliarios y equipos	\$28.100
otros	\$0
	\$500
Inversión en Activos	\$30.200
TOTAL FONDOS REQUERIDOS PARA EL ARRANQUE	\$36.000

TABLA. GASTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA			CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
	Cant.	Valor unitario	1Mes	2Mes	3Mes			
Indice de incremento salarial			0%	0%	0%	20%	5%	5%
Asistentes de cocina	4	180	720	720	720	10.368	10.886	11.431
SUBTOTAL			720	720	720	10.368	10.886	11.431
Gastos por Kg.			0,56	0,55	0,55	0,59	0,53	0,49

TABLA. Costos de fabricación		CUARTO TRIMESTRE				Año 1	Año 2	Año 3
	Particip.	1Mes	2Mes	3Mes	TOTAL			
Inflación		3%	3%	3%		10%	3%	3%
Energía eléctrica	10%	250	258	265	773	3.501	3.606	3.714
Agua	2%	45	46	48	139	630	649	669
Gas	20%	480	494	509	1.484	6.722	6.924	7.131
Insumos	6%	150	155	159	464	2.101	2.164	2.229
Depreciación	12%	283	283	283	848	2.810	2.810	2.810
Arriendo	28%	700	700	700	2.100	9.240	9.517	9.803
Teléfono	5%	120	124	127	371	1.680	1.731	1.783
Seguros	1%	30	31	32	93	420	433	446
Impuestos de funcionamiento	16%	400	412	424	1.236	5.602	5.770	5.943
	0%							
Amortización	0%		-	-		-	-	-
SUBTOTAL		2.458	2.502	2.548		32.706	33.603	34.526
Gastos por Kg.		1,91	1,92	1,94		1,87	1,64	1,47

GASTOS ADMINISTRATIVOS			CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
Nomina	CANT	SALARIO	1Mes	2Mes	3Mes			
Gerente general	1	1000	1.000	1.000	1.000	14.400	15.120	15.876
Administrador	1	700	700	700	700	10.080	10.584	11.113
Supervisores (3)	3	300	900	900	900	12.960	13.608	14.288
Cajeras (3)	3	200	600	600	600	8.640	9.072	9.526
meseras (4)	4	180	720	720	720	10.368	10.886	11.431
Comprador	1	300	300	300	300	4.320	4.536	4.763
Asistente de compras	1	200	200	200	200	2.880	2.880	2.880
Mensajero/Guardia (3)	4	150	600	600	600	8.640	9.072	9.526
SUBTOTAL			5.020	5.020	5.020	72.288	75.758	79.402
Prestaciones sociales (40%)			2.296	2.296	2.296	33.062	34.658	36.333
Gastos de papelería			100	100	100	1.200	1.200	1.200
TOTAL			7.416	7.416	7.416	106.550	111.616	116.936

TABLA. Mano de Obra			CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
Nomina	CANT	SALARIO	1Mes	2Mes	3Mes			
Gerente general	1	1000	1.000	1.000	1.000	14.400	15.120	15.876
Administrador	1	700	700	700	700	10.080	10.584	11.113
Supervisores	3	300	900	900	900	12.960	13.608	14.288
Cajeras (3)	3	200	600	600	600	8.640	9.072	9.526
meseras (4)	4	180	720	720	720	10.368	10.886	11.431
Compradores	1	300	300	300	300	4.320	4.536	4.763
Asistente de compras	1	200	200	200	200	2.880	2.880	2.880
Mensajero/Guardia	4	150	600	600	600	8.640	9.072	9.526
SUBTOTAL			5.020	5.020	5.020	72.288	75.758	79.402
Prestaciones sociales (40%)			2.168	2.173	2.178	31.156	32.611	34.138
TOTAL			7.188	7.193	7.198	103.444	108.370	113.540

GASTOS DE OPERACIÓN.-

TABLA. ESTADOS DE PERDIDAS Y GANACIAS	Particip.	CUARTO TRIMESTRE			Acumulado trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
		1Mes	2Mes	3Mes				
INGRESOS NETOS		19.506	20.312	21.149		291.463	351.152	416.229
EGRESOS								
MAT. PRIMAS	18%	3.520	3.589	3.658	10.767	52.602	63.374	75.119
MANO DE OBRA	4%	720	720	720	2.160	10.368	10.886	11.431
GASTOS IND. FABRICACION	13%	2.458	2.502	2.548		32.706	33.603	34.526
MARGEN BRUTO	66%	12.808	13.501	14.223		195.787	243.289	295.153
		66%	66%	67%		67%	69%	71%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38%	7.426	7.426	7.426	22.278	106.670	111.736	117.056
GASTOS DE ASESORIA	1%	200	200	200	600	2.400	2.400	2.400
GASTOS DE PUBLICIDAD	3%	585	609	634	1.829	8.744	10.535	12.487
GASTOS VARIOS								
GASTOS FINANCIEROS	2%	400	392	383	1.175	3.898	2.406	630
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		4.197	4.874	5.579		74.075	116.212	162.580
IMPUESTOS 25%		1.049	1.219	1.395		18.519	29.053	40.645
IMPUESTOS 15%		629	731	837		11.111	17.432	24.387
UTILIDAD NETA		2.518	2.924	3.348		44.445	69.727	97.548

ANALISIS DE COSTOS

ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO		4to trim.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Precio unitario variable	PUV	\$ 15,16	\$ 15,16	\$ 15,16	\$ 15,16
Costo variable unitario	CVU	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4
Costo fijo	CF	\$ 32.320	\$ 150.152	\$ 156.492	\$ 163.004
Punto de equilibrio en unidades		2.793	13.272	13.821	14.416
Punto de equilibrio en dólares		\$ 42.336	\$ 201.210	\$ 209.526	\$ 218.546

BALANCE GENERAL	PERIODO	CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
		1Mes	2Mes	3Mes			
ACTIVOS	0						
caja	600	2.992	5.404	8.231	37.060	96.550	184.586
bancos							
cuentas x cobrar							
Inventarios Mat. Prima	1.000	634	646	658	9.468	11.407	13.521
actvos fijos	28.100	27.817	27.534	27.252	23.858	20.465	17.072
depreciación		283	566	848	4.242	7.635	11.028
otros ACTIVOS	500	500	500	500	500	500	500
TOTAL ACTIVOS	30.200	32.226	34.650	37.489	75.129	136.558	226.708
PASIVOS							
C. X pagar (Proveedores)							
Impuesto a la renta por pagar	-						
D. X pagar (Bancos)	24.000	23.508,07	23.008	22.499	15.694	7.395	
interes ACUMULADO X PAGAR							
otros impuestos							
TOTAL PASIVOS	24.000	23.508	23.008	22.499	15.694	7.395	-
PATRIMONIO							
Capital	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Utilidades retenidas							
Utilidades Acumulada			2.518	5.442	8.790	53.235	122.962
Utilidades del ejercicio		2.518	2.924	3.348	44.445	69.727	97.545
menos gastos de arranque	(5.800)	(5.800)	(5.800)	(5.800)	(5.800)	(5.800)	(5.800)
TOTAL PATRIMONIO	6.200	8.718	11.642	14.990	59.435	129.162	226.707
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	30.200	32.226	34.650	37.489	75.129	136.557	226.707

TABLA. FLUJO DE CAJA	PERIODO 0	CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
		1Mes	2Mes	3Mes			
Caja Inicial	\$0	\$600	\$2.992	\$5.404	\$8.231	\$37.060	\$96.550
Ingresos al contado	100%	19.506	20.312	21.149	291.463	351.152	416.229
ingreso por recuperación de cartera	0%	-	-	-	-	-	-
Total disponible	0	20.106	23.304	26.553	299.694	388.212	512.779
(-) egresos							
(-) inversiones en activos fijos	28.100	\$0	0	0	0	0	0
(-) Egresos por compra de M.P.	1.000	3.154	3.601	3.670	61.412	65.313	77.233
(-) Egresos por M.O.		720	720	720	10.368	10.886	11.431
(-) egresos por gastos de fabricación	\$700						
Energía eléctrica		250	258	265	3.501	3.606	3.714
Agua		45	46	48	630	649	669
Gas		480	494	509	6.722	6.924	7.131
Insumos		150	155	159	2.101	2.164	2.229
Depreciación		283	283	283	2.810	2.810	2.810
Arriendo	\$1.400	700	700	700	9.240	9.517	9.803
Teléfono		120	124	127	1.680	1.731	1.783
Seguros	\$500	30	31	32	420	433	446
Impuestos de funcionamiento		400	412	424	5.602	5.770	5.943
APERTURA Servicios Públicos .	\$300						
REMODELACIONES	\$1.500						
(-) egresos por gastos de adm y vtas.							
SUELDOS		5.020	5.020	5.020	72.288	75.758	79.402
Gastos de publicidad	\$500	585	609	634	8.744	10.535	12.487
Asesoría contable		200	200	200	2.400	2.400	2.400
Gastos de papelería	\$200	100	100	100	1.200	1.200	1.200
(-) egresos por pago de impuestos							
escritura de constitución	\$1.200						
Avisos y tableros							

Bomberos		10	10	10	120	120	120
Registro mercantil							
IVA							
Impuesto a la renta		1.049,13	1.218,52	1.394,86	18.519	29.053	40.645,09
PART. TRABAJO		629,48	731,11	836,91	11.111,20	17.431,84	24.387,05
Prestaciones sociales		2.296,00	2.296,00	2.296,00	33.062	34.658	36.333,22
Pago de préstamos CAPITAL + INTERESES		892	892	892	10.704	10.704	8.028
TOTAL EGRESOS	35.400,00	\$17.113	17.900,00	18.322,27	262.634	291.662	328.192,54
NETO DISPONIBLE	-\$35.400	\$2.992	\$5.404	\$8.231	\$37.060	\$96.550	\$184.586
MAS APOORTE DE ACCIONISTAS	\$12.000						
MAS FINANCIAMIENTO BANCARIO	\$24.000						
DISTRIBUCION DE EXCEDENTES							
SALDO CAJA	\$600	\$2.992	\$5.404	\$8.231	\$37.060	\$96.550	\$184.586

TABLA. INVERSION

MA.RAMOS	\$3.000
J. ROBLES	\$3.000
G. TOLEDO	\$3.000
T. VILLÓN	\$3.000
Otras fuentes	\$0
Capital de Inversionistas	\$12.000
Préstamos a corto plazo	\$0
Préstamos a largo plazo	\$24.000
Préstamos Requeridos	\$24.000
Total de fondos disponibles para arranque	\$36.000

TABLA AMORTIZACION

No. Periodos		36 Capital		\$24.000			
Tasa de interes		20%					
Periodos		Capital insoluto	Pago mensual		Interes periodo	INTER ACUM XP.	Capital pagado
1		24.000	892		400		492
2		23.508	892		392	1.550	500
3		23.008	892		383		508
4		22.499	892		375	3.898	517
5		21.983	892		366		526
6		21.457	892		358		534
7		20.923	892		349		543
8		20.379	892		340		552
9		19.827	892		330		561
10		19.266	892		321		571
11		18.695	892		312		580
12		18.115	892		302		590
13		17.525	892		292		600
14		16.925	892		282		610
15		16.315	892		272		620
16		15.695	892		262	2.406	630
17		15.064	892		251		641
18		14.424	892		240		652
19		13.772	892		230		662
20		13.110	892		218		673
21		12.436	892		207		685
22		11.752	892		196		696
23		11.056	892		184		708
24		10.348	892		172		719
25		9.628	892		160		731
26		8.897	892		148		744
27		8.153	892		136		756
28		7.397	892		123	630	769
29		6.629	892		110		781

10.703

7.135

30	5.847	892	97	794
31	5.053	892	84	808
32	4.245	892	71	821
33	3.424	892	57	835
34	2.589	892	43	849
35	1.740	892	29	863
36	877	892	15	877
		32.109	8.109	24.000

ANALISIS FINANCIERO

FLUJO DE CAJA TOTALMENTE NETO		CUARTO TRIMESTRE			Año 1	Año 2	Año 3
	AÑO 0	1Mes	2Mes	3Mes			
UTILIDAD NETA	0	2.518	2.924	3.348	-	44.445	69.727
MAS DEPRECIACION	0	283	283	283	2.810	2.810	2.810
MAS AMORTIZACIÓN	0	-	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA NETO	0	2.801	3.207	3.630	2.810	47.255	72.537
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	28.100						
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$2.100						
GASTOS PREOPERATIVOS	\$5.800						
MENOS PRESTAMOS	-\$24.000						
INVERSIONES NETAS PROPIAS	(12.000)	2.801	3.207	3.630	2.810	47.255	72.537
VALOR DE MERCADO DE LA EMPRESA							
FLUJO DE LIQUIDACIÓN	0	-	-	-	-	-	24.000
VALOR DE RECUPERACION	0	-	-	-	-	-	24.000
FLUJO DE CAJA TOTALMENTE NETO	(12.000)	2.801	3.207	3.630	2.810	47.255	96.537

TABLA ANALISIS DE TIR Y VAN		VAN	TIR
TASA DE DESCUENTO	10%	\$92.852,78	174%
INVERSION INICIAL	-\$12.000		
FLUJO NETO AÑO 1	\$2.810		
FLUJO NETO AÑO 2	\$47.255		
FLUJO NETO AÑO 3	\$96.537		

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIO PESIMISTA (CIERRE DE UNIV. ESTATAL DISMINUCION EN VENTAS DEL 70%)

ESTADOS DE PERDIDAS Y GANACIAS		CUARTO TRIMESTRE			4to trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
		1Mes	2Mes	3Mes				
	Particip.							
INGRESOS NETOS	100%	5.852	6.228	6.554	18.633	98.981	117.355	136.856
EGRESOS					-			
MAT. PRIMAS	18%	1.053	1.121	1.180	3.354	17.817	21.124	24.634
MANO DE OBRA	4%	720	720	720	2.160	10.368	10.886	11.431
GASTOS IND. FABRICACION	14%	819	872	918	2.609	13.857	16.430	19.160
MARGEN BRUTO	56%	3.259	3.515	3.737	10.511	56.939	68.915	81.631
					-			
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38%	7.426	7.426	7.426	22.278	106.670	111.736	117.056
GASTOS VARIOS					-			
GASTOS FINANCIEROS	2%	400	392	383	1.175	3.898	2.406	630
					-			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-78%	(4.567)	(4.303)	(4.073)	(12.943)	(53.630)	(45.227)	(36.054)
IMPUESTOS a LA RENTA	25%	-	-	-	-	-	-	-
REPARTICION A TRABAJADORES	15%	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA		(4.567)	(4.303)	(4.073)	(12.943)	(53.630)	(45.227)	(36.054)

ESCENARIO PESIMISTA (MATERIAS PRIMAS SUBEN EN 30% POR INFLACIÓN)

ESTADOS DE PERDIDAS Y GANACIAS		CUARTO TRIMESTRE			4to trimestre	Año 1	Año 2	Año 3
		1Mes	2Mes	3Mes				
	Particip.							
INGRESOS NETOS	100%	19.506	20.759	21.847	62.111	329.936	391.183	456.187
					-			
EGRESOS					-			
MAT. PRIMAS	18%	4.576	4.665	4.755	13.997	68.382	82.386	97.655
MANO DE OBRA	4%	720	720	720	2.160	10.368	10.886	11.431
GASTOS IND. FABRICACION	14%	2.458	2.502	2.548	-	32.706	33.603	34.526
					-			
MARGEN BRUTO	60%	11.752	12.871	13.824	38.447	218.480	264.308	312.575
					-			
					-			
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38%	7.426	7.426	7.426	22.278	106.670	111.736	117.056
GASTOS DE ASESORIA	1%	200	200	200	600	2.400	2.400	2.400
GASTOS DE PUBLICIDAD	3%	585	609	634	1.829	8.744	10.535	12.487
GASTOS VARIOS		-	-	-	-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	2%	400	392	383	1.175	3.898	2.406	630
					-			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	16%	3.140	4.244	5.180	12.565	96.767	137.231	180.003
IMPUESTOS 25%	25%	785	1.061	1.295	3.141	24.192	34.308	45.001
IMPUESTOS 15%	15%	471	637	777	1.885	14.515	20.585	27.000
UTILIDAD NETA		1.884	2.547	3.108	7.539	58.060	82.339	108.002

CUADRO DE DEPRECIACIONES

ACTIVOS FIJOS	BASEX		1Mes	2Mes	3Mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	MES	MES						
4 Mesas de trabajo de acero inoxidable	120	4.000	33	33	33	400	400	400
1 Amasadora	120	650	5	5	5	65	65	65
3 Hornos a gas.	120	6.000	50	50	50	600	600	600
3 balanzas.	120	600	5	5	5	60	60	60
3 vitrinas panorámicas	120	1.500	13	13	13	150	150	150
3 Refrigeradoras de cocina	120	1.200	10	10	10	120	120	120
1 Congelador	120	4.500	38	38	38	450	450	450
3 Cajas registradoras	120	1.200	10	10	10	120	120	120
3 Equipo musical.	120	450	4	4	4	45	45	45
3 juegos de utensillos	120	600	5	5	5	60	60	60
3 Mobiliario de cocina	120	3.000	25	25	25	300	300	300
1 Mobiliario de restaurante 18 mesas	120	1.500	13	13	13	150	150	150
1 mobiliario de oficina para dos personas	120	400	3	3	3	40	40	40
2 computadores	36	2.500	69	69	69	250	250	250
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS		28.100	283	283	283	2.810	2.810	2.810