

TECNOLÓGICO
UNIVERSITARIO
PICHINCHA



Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha

Diseño de un estudio de factibilidad para la creación de una Pizzería en el sector “La Ronda” perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador en el 2023

Autora: Núñez Córdor Jessica Paola

Tutora: Villavicencio Johana

Quito, 2023

Constancia de aprobación del tutor

En calidad de Tutor(a) del proyecto:

Diseño de un estudio de factibilidad para la creación de una Pizzería en el sector “La Ronda” perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito, presentado por Núñez Córdor Jessica Paola, para optar por el Título de Tecnólogo en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Quito a los 14 días del mes de Septiembre del 2023

Declaratoria de responsabilidad

DECLARO QUE:

El presente trabajo de investigación ha sido desarrollado en base a conceptos desarrollados y análisis realizados respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se encuentran en las citas correspondientes así mismo en la biografía

En virtud a esta declaración asumo la responsabilidad del análisis, contenido y conclusiones del presente trabajo, el cual es de mi autoría. Autorizo al ITSHCCP hacer uso del mismo para fines educativos.

Jessica Núñez Córdor
CI.1752567188

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a mis adorados padres, por ser mi motivación diaria, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre. Espero que esta tesis sea una muestra de mi amor y gratitud hacia ustedes y que sepan que su apoyo siempre será una luz en mi camino.

A mis abuelitos María y Jorge en el cielo, más que mis abuelitos fueron mis segundos padres.

Su recuerdo es la fuerza que me ha ayudado a seguir adelante.

Resumen

El estudio de factibilidad constituyó en este proyecto una herramienta de análisis que admitió la evaluación de los indicadores de rentabilidad y viabilidad para la creación de una Pizzería en el sector “La Ronda” perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito. La investigación se enfocó en una metodología mixta, que delimitó el estudio de mercado, encuestando trescientos setenta y un consumidores para conocer sus gustos, preferencia y precios. Se efectuó un estudio de mercado para el conocimiento del entorno de la actividad económica de la pizzería y las valoraciones del público objetivo, el cual reveló que el 79% de usuarios están medianamente (bueno/regular) satisfechos con la calidad del servicio de alimentación que reciben actualmente por otras empresas que ofrecen servicios similares; sin embargo, éste es un resultado previo sin conocer aún los diferentes campos que se pueden evaluar para la calidad y seguridad alimentaria del servicio a prestar por parte de la Pizzería. Se determinó la viabilidad del proyecto para la creación de la pizzería, esto permitió concluir que el costo promedio ponderado de la inversión inicial es 67.072,55, el monto de 30.237,56 pertenece a un capital propio lo que representa un porcentaje de participación de 43.93% y 36.834,99 crédito con % de participación del 56, 07%. De acuerdo al Estado de Resultado proyectado en los cinco periodos, se observó que la utilidad neta es positiva, es decir que no se experimentarían pérdidas que vayan en perjuicio de la inversión, por lo tanto, lo que a capital propio se refiere y el apoyo del financiamiento bancario se considera adecuado, siendo este proyecto factible.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, indicadores económicos, estudio de mercado, pizzería.

Abstract

The feasibility study constituted in this project an analysis tool that allowed the evaluation of the profitability and viability indicators for the creation of a Pizzeria in the "La Ronda" sector belonging to the Metropolitan District of Quito. The research focused on a mixed methodology, which delimited the market study, surveying three hundred and seventy-one consumers to find out their tastes, preferences and prices. A market study was carried out for the knowledge of the environment of the economic activity of the pizzeria and the evaluations of the target public, which revealed that 79% of users are moderately (good/regular) satisfied with the quality of the food service that currently received by other companies offering similar services; however, this is a previous result without knowing yet the different fields that can be evaluated for the quality and food safety of the service to be provided by the Pizzeria. The viability of the project for the creation of the pizzeria was determined, this allowed us to conclude that the weighted average cost of the initial investment is 67,072.55, the amount of 30,237.56 belongs to own capital, which represents a participation percentage of 43.93 % and 36,834.99 credit with % participation of 56.07%. According to the projected Income Statement in the five periods, it was observed that the net profit is positive, that is to say that no losses will be experienced that are detrimental to the investment, therefore, what refers to own capital and the support of bank financing is considered adequate, this project being feasible.

Keywords: Feasibility study, economic indicators, market study, pizzeria.

Índice general

Constancia de aprobación del tutor	2
Declaratoria de responsabilidad	3
Dedicatoria	4
Resumen	5
Abstract	6
Índice general	7
Lista de tablas	9
Lista de figuras	11
INTRODUCCIÓN	12
Planteamiento del problema	13
Objetivos	14
Objetivo general	14
Objetivos específicos	14
Justificación	14
1.1 Marco Teórico	16
1.1.1 Antecedentes	16
1.1.2 Estudio de factibilidad	17
1.1.3 Concepto de negocio Pizzería en el sector “La Ronda”	18
1.2 Marco conceptual	19
1.2.1 Emprendimiento	19
1.2.2 Estudio de factibilidad	19
1.2.5 Análisis financiero	20
CAPITULO II	21
ESTUDIO DE MERCADO	21
2.1 Metodología utilizada	21
2.1.1 Diseño de la investigación	21
Determinación de la población y muestra de estudio.	21
2.2 Resultado de la investigación	22
2.2.1 Análisis del entorno – PESTEC	22

2.2.2	DAFO.....	25
2.2.3	Resultados de la encuesta.....	27
2.3	Análisis de la demanda.....	33
2.4	Análisis de la oferta	34
2.4	Análisis de precio.....	35
2.5.1	Estrategia de comercialización	37
CAPITULO III.....		40
ESTUDIO TECNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL		40
3.1	Localización de proyecto	40
3.2	Tamaño del proyecto	42
3.3	Proceso de producción o servicio	42
3.4	Constitución del negocio	44
3.5	Filosofía empresarial	45
3.6	Estrategia.....	46
3.7	Análisis de viabilidad ambiental.....	46
4.1	Inversión - Capital de trabajo	48
4.2	Financiamiento	49
4.3	Proyección de costos gastos e inversión	50
4.3.1	Estudios financieros proyectados	62
4.4	Evaluación Financiera (VAN, TMAR, TIR, PRI, PUNTO DE EQUILIBRIO).....	65
CONCLUSIONES		75
RECOMENDACIONES		76
BIBLIOGRAFÍA		77
ANEXOS.....		79

Lista de tablas

Tabla 1 Matriz DAFO	25
Tabla 2 Consumo de pizzas	27
Tabla 3 Frecuencia de consumo de pizzas	27
Tabla 4 Establecimientos donde adquiere las pizzas	28
Tabla 5 Motivación por el consumo de pizzas.....	29
Tabla 6 Características que definen la adquisición de las pizzas.....	30
Tabla 7 Precio dispuesto a pagar por las pizzas medianas.....	31
Tabla 8 Consentimiento de apertura de pizzería.....	32
Tabla 9 Productos y servicios	35
Tabla 10 Precios.....	35
Tabla 11 Estrategia de precio.....	36
Tabla 12 Estrategia de comercialización	37
Tabla 13 Distribución.....	37
Tabla 14 Promoción.....	38
Tabla 15 Mercadeo directo	38
Tabla 16 Requisitos para apertura de una compañía.....	45
Tabla 17 Estrategia de venta directa	46
Tabla 18 Inversión inicial	48
Tabla 19 Costo promedio ponderado del capital a invertir.....	49
Tabla 20 Financiamiento.....	49
Tabla 21 Intereses causados por año.....	50
Tabla 22 Tasa de descuento del proyecto	51
Tabla 23 Departamento de Servicio.....	51
Tabla 24 Departamento de Administración – Equipo de Computación	52
Tabla 25 Departamento de Administración – Equipo de Oficina.....	52
Tabla 26 Departamento de Administración – Muebles y Enseres	53
Tabla 27 Gastos Pagados por Anticipado	53
Tabla 28 Costos y Gastos de Operación y Capital de Trabajo.....	54
Tabla 29 Cuadro del Costo Directos - suministros	55
Tabla 30 Costo directo- Mesero.....	56

Tabla 31 Cocinera y persona de limpieza	57
Tabla 32 Costos de los Servicios	58
Tabla 33 Gasto del Gas	58
Tabla 34 Artículos de limpieza y aseo	59
Tabla 35 Uniformes	60
Tabla 36 Servicios básicos.....	61
Tabla 37 Resumen Costos Indirectos - Para el servicio.....	61
Tabla 38 Depreciación Servicio.....	62
Tabla 39 Presupuestos de costos y gastos.....	62
Tabla 40 Precio en Base a los Costos	63
Tabla 41 Ingresos esperados	64
Tabla 42 Estado de resultado proforma	64
Tabla 43 Balance de situación Inicial	65
Tabla 44 Flujo de efectivo del inversionista	66
Tabla 45 Flujo de efectivo del proyecto.....	68
Tabla 46 VAN.....	69
Tabla 47 VAN con financiamiento	69
Tabla 48 VAN sin financiamiento	70
Tabla 49 TIR	71
Tabla 50 PRI con financiamiento.....	71
Tabla 51 PRI sin financiamiento.....	72
Tabla 52 Relación beneficio costo (B/C).....	72
Tabla 53 B/C Sin financiamiento.....	73
Tabla 54 Punto de equilibrio.....	74

Lista de figuras

Figura 1 Consumo de pizzas.....	27
Figura 2 Frecuencia de consumo de pizzas	28
Figura3 Establecimientos donde adquiere las pizzas.....	29
Figura 4 Motivación por el consumo de pizzas	30
Figura 5 Características que definen la adquisición de las pizzas	31
Figura 6 Precio a pagar por las pizzas medianas	31
Figura 7 Consentimiento de los consumidores a la apertura de la pizzería en el sector La Ronda	32
Figura 8 Gustos y preferencias – demandas del cliente.....	33
Figura 9 Demanda del cliente sobre el servicio ofrecido (calidad)	34
Figura 10 Macro localización- Centro histórico de Quito	40
Figura 11 Mapa de la calle Ronda	41
Figura 12 Mapa del lugar exacto de ubicación de la pizzería.....	41
Figura 13 Plano de la pizzería.....	42
Figura 14 Diagrama de flujo del proceso de producción.....	43

INTRODUCCIÓN

El estudio de factibilidad constituye una herramienta de análisis que admite la evaluación de los indicadores de rentabilidad y viabilidad de un proyecto determinado, esto respecto a la capacidad de una organización para su cumplimiento. Según Vayas y Escobar (2019) un estudio factible “permite estimar la probabilidad de éxito de un emprendimiento cuyo objetivo sirven para ajustar las expectativas de este a la realidad y poder establecer acciones correctivas para alcanzar las metas trazadas según cada caso” (p.14).

En este sentido, el presente proyecto aborda el diseño de un estudio de factibilidad para la creación de una Pizzería en el sector “La Ronda” perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador en el 2023, con el propósito de aplicar esta herramienta para evaluar la pertinencia de la idea de negocio y si esta es realizable.

El presente estudio comprenderá una herramienta efectiva para minimizar el riesgo al momento de ejecutar la idea de negocio y la inversión, siempre se sigan los parámetros evaluativos en cuanto al mercado, la factibilidad técnica y la evaluación financiera, cuyos resultados aseguren su rentabilidad y durabilidad en el mercado.

En cuanto a la estructura de la investigación responde a cuatro capítulos: el primero de ellos contienen la fundamentación teoría de los criterios de diversos autores que enmarcan las definiciones del estudio. El capítulo dos aborda el estudio de mercado, en este se incluye lo relacionado a la metodología empleada para llevar a cabo las valoraciones que corresponden al conocimiento del entorno de la actividad económica de la pizzería y las valoraciones del público objetivo y determinar la estrategia de comercialización.

El capítulo tres, delimita el estudio técnico, administrativo y ambiental, esto corresponde a la localización de proyecto, su tamaño y su proceso de producción o servicio, los elementos de constitución hasta el análisis de viabilidad ambiental. Finalmente, el capítulo cuatro, cierra con el estudio y evaluación financiera desarrollando lo relacionado a la inversión y capital de trabajo, financiamiento, proyección de costos y gastos y los indicadores de evaluación de la factibilidad financiera.

Planteamiento del problema

Los emprendimientos comprenden una idea de negocio que tienen la pretensión de establecer una rentabilidad económica mediante la oferta de productos y servicios, que atiendan una necesidad o demanda. Es por ello que, para que dicha idea sea materializada debe enmarcarse en un estudio imparcial, que responda a tres ejes fundamentales como lo es la evaluación de mercado, técnica y financiera, que trazarán las conclusiones sobre su factibilidad o no.

En cuanto a estos criterios, es importante mencionar que en Latinoamérica la mayoría de las personas quienes desean establecer un nuevo concepto de negocio, generalmente no se enfocan en realizar un estudio de factibilidad, y esto es debido a que existe una escasa cultura financiera por lo que suelen comenzar de manera empírica sin ningún acceso a información sobre productos y servicios financieros, ni estrategias presupuestales, pues de acuerdo con el economista Bonilla (2022) no basta con poseer un concepto de negocio innovador o demandado sino un nivel de conocimientos financieros que permita el desarrollo de habilidades necesarias para ponerlas en prácticas.

En Ecuador, la mayoría de los emprendedores no logran delimitar un estudio de factibilidad sobre su idea de negocio, solo suelen hacerlo cuando su capital de inversión depende de un financiamiento, sin embargo, sólo cumple una mera formalidad (Cazorla, 2023). Es por ello que, se deben aplicar los procesos necesarios para lograr el éxito deseado como son: el estudio de mercado, estudio técnico, análisis financiero, estructura administrativa y la legalización, los mismos que brindan y cubren todas las necesidades de la empresa, buscando mejoras en los productos y en la prestación de los servicios (Suarez y Palomeque, 2023).

En este sentido, este planteamiento aborda el problema de que los emprendimientos, como el que se plantea en este estudio de crear una Pizzería en el sector “La Ronda” en la ciudad de Quito, ha generado gran expectativa productiva para el desarrollo de productos de calidad que permitan rentabilidad para los inversionistas. Sin embargo, no sólo basta la idea misma de productos de calidad de proporcionar una buena receta sino una viabilidad, ya que dentro del país se compite por el abaratamiento de los costos de producción en materias primas, produciendo, existe el fomento de pequeñas y microempresas productoras y comercializadoras del mismo

producto, por lo que incursionar en este mercado sin un estudio de factibilidad representaría un gran riesgo que podría terminar en una figura de quiebra. Por lo que si se traza un plan que pueda ser capaz de adaptarse a las nuevas exigencias, retos del mercado actual y que permita optimizar recursos se podría consolidar como una empresa competitiva dentro del rubro.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de una Pizzería en el sector “La Ronda” perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador en el 2023

Objetivos específicos

- Desarrollar el estado del arte a partir de varios autores, que fundamenten el estudio de factibilidad según el objeto de estudio seleccionado.
- Efectuar un estudio de mercado para el conocimiento del entorno de la actividad económica de la pizzería y las valoraciones del público objetivo.
- Determinar la viabilidad del proyecto para la creación de la pizzería.

Justificación

La implementación de un proyecto de pizzería comprende una serie de pasos previos que permitan conocer su factibilidad, así como conocer si existe la oportunidad de demanda en el sector en donde se desea establecer y si se cuenta con los recursos y la inversión para satisfacer dichas necesidades a través de la oferta de productos de alta calidad aunado a un servicio y atención al consumidor de calidad.

Por tal razón, este estudio responde a un diseño de estudio de factibilidad para la creación de una Pizzería, específicamente en el sector “La Ronda” perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador en un periodo de estudio durante el año 2023.

Se aborda la creación de la pizzería como una idea de negocio innovadora por su temática y en aprovechamiento de la oportunidad ofertar un tipo de comida con ingredientes pocos comunes en un espacio temático que soluciona la insatisfacción y desabastecimiento sobre un producto que generalmente es tipo y tradicional, esto con el fin de fidelizar a los consumidores, aún más cuando se puede impulsar con el turismo en el país.

En una valoración preliminar sobre las primeras líneas de estudio, se pudo conocer que el sector “La Ronda” posee un entorno comercial en donde se ubican noventa negocios, alrededor de cincuenta y seis patrimoniales, bohemia, vecindad e historia forman parte de la calle Juan de Dios

Morales. La Ronda es un rincón del Centro Histórico que se ha convertido en uno de los atractivos más frecuentes sumado, de la mano de los emprendedores y de los vecinos del sector, que posee una localización estratégica para la creación de la pizzería que abastezca la demanda de los consumidores que habitan y visitan este sector.

Se considera un lugar estratégico principalmente por el crecimiento poblacional y que posee un entorno de partida turística lo que ha generado oportunidades de negocios que buscan satisfacer la demanda de los clientes con respecto a productos alimenticios y el conocido FastFood (comida rápida).

Es por ello, que esta investigación se enarca en proporcionar una herramienta de factibilidad que permita apreciar esta oportunidad de negocio, en donde se logre demostrar que en el sector existe una demanda insatisfecha por parte de clientes que prefieren la comida rápida italiana, sostenida en estudio de mercado que proporcione datos sobre los consumidores potenciales en la zona.

Efectuar el estudio técnico del proyecto, también permitirá conocer y definir los procesos y recursos con los que debe contarse para la implementación de la idea de negocio, tales como; maquinaria, equipos y herramientas a utilizar, identificando así los requerimientos previos a la puesta en marcha del negocio. Por último, finalmente se realiza un estudio económico con su respectiva evaluación para determinar la rentabilidad del proyecto, En fin, la información que se obtenga a través de estos estudios determinará la viabilidad del proyecto, siendo beneficiarios los emprendedores de este concepto de negocio.

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Marco Teórico

1.1.1 Antecedentes

El presente apartado responde al objetivo de desarrollar el estado del arte a partir de varios autores, que fundamenten el estudio de factibilidad. Es por esto que a continuación se presentan tres investigaciones una de producción internacional y dos de literatura nacional que delimitan la importancia de dicho estudio, evidenciando los resultados más favorables que permiten enmarcar este proyecto.

En cuanto a la producción internacional se expone la investigación de David Vargas para la Fundación Universidad de América, titulada *“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COCINA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ”* este estudio se enmarcó el concepto de cocina artesanal dentro del contexto gastronómico de Colombia, especialmente en la ciudad de Bogotá como centro y crisol cultural y de tradiciones culinarias de la nación. Se evidenció que en el sector hay potencial para el desarrollo de un concepto de cocina artesanal ya que existe interés por parte de los individuos para asistir al concepto de restaurante. También el estudio determinó que el 86.4% de los individuos que respondieron la encuesta planteada se encontraban en disposición de asistir al mismo. Se conoció en cuanto a los resultados, que los principales factores de éxito para la adecuada selección del lugar son la disponibilidad y el costo de los recursos, la cercanía y facilidad para el acceso de los clientes, las principales limitaciones legales y administrativas, y el poder adquisitivo de los individuos en la zona. Es por ello que se concluye que este proyecto fue financieramente factible de conformidad con la proyección del flujo de caja tanto financiado como sin financiamiento a 10 años. Entre los principales resultados destacó la presencia del valor presente neto positivo de los flujos del proyecto (44,349,186 pesos sin financiamiento y 15,092,825 pesos con financiamiento); y una tasa interna de retorno (11.23% sin financiamiento y 9.25% con financiamiento) superior a la tasa interna de oportunidad TIO del 59 proyecto (8.12%) (Vargas, 2020)

Respecto a las investigaciones de producción nacional se tiene un primer proyecto realizado por Richard García, para la Universidad Estatal de Manabí, titulada *“FACTIBILIDAD DEL MERCADO DE LA EMPACADORA “PEZCRUP S.A.” EN SAN CLEMENTE, AÑO 2020”*

permitió conocer la viabilidad de un análisis de mercado del funcionamiento de la empaedora “Pezcrup S. A.”, caracterizando teóricamente los factores que inciden en la comercialización de los productos de esta empresas, para la obtención de resultados se aplicó una encuesta con un total de 14 preguntas a 350 personas, cuyo procesamiento respondió a una metodología mixta- inductiva en donde se conoció y detalló el público objetivo, la demanda y oferta, donde los resultados fueron favorables, finalmente el autor estableció un plan de marketing para la empaedora que acompañó como propuesta a dicho estudio de mercado (García, 2020)

Otro estudio que fundamenta este proyecto es el de María Montalván, la autora se planteó como objetivo identificar la factibilidad para la creación del restaurante temático “El Fogón de la Papa” en la ciudad de Esmeraldas- Ecuador, planteó una metodología de tipo descriptiva y con un enfoque mixto, que condujo al estudio de mercado respecto a las valoraciones relacionadas a los gustos y hábitos, necesidades, satisfacción y razones de preferencia de los consumidores. Las técnicas empleadas para la recopilación de datos e información fueron la encuesta, entrevista y observación. Los principales hallazgos permitieron evidenciar que la evaluación del proyecto es factible y viable, para la puesta en marcha de la idea de negocio.

En este sentido, las tres investigaciones expuestas, permitieron sustentar el estudio de factibilidad desde las variables investigadas, el primero respondió a una relación directa en el rubo del sector alimentación ya que versó en la propuesta de creación de un restaurant, similar a la naturaleza de este proyecto, el segundó marco pautas sobre los estudios de mercado y financieros que permitieron conocer que son factores de valoración esencial en un estudio factible. Finalmente, la última producción expuesta respaldó a través de sus métodos y técnicas como se podría llevar a cabo el proceso de recopilación y análisis de datos de dicho estudio. Por tanto, este proyecto considerará estos criterios teóricos para su respaldo investigativo.

1.1.2 Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad constituye una herramienta de naturaleza analítica que permite la evaluación de un proyecto y por tanto la capacidad de organización para su puesta en marcha, estos estudios estiman la probabilidad de éxito del emprendimiento o la idea de negocio que se requiere implementar, sirviendo para el ajuste de las expectativas al enfoque real (Espinoza, 2020).

Por su parte Quiroa (2020) establece que un estudio de factibilidad “es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar” (p.1).

En este sentido, Bonilla (2022) establece que un estudio de factibilidad aborda 4 ejes fundamentales, el primero la factibilidad operativa relacionada con el personal que se encargará de realizar el proyecto, en este se aborda si dicho personal posee las competencias y experiencias necesarias para desarrollarlo y llevarlo a cabo. Ya que, sin ello, no se garantiza que el estudio sea fiable sino es realizado por profesionales en cada área.

El siguiente eje es la factibilidad técnica en esta se evalúa si la infraestructura técnica con la que cuenta la empresa respondería de manera favorable y eficiente para el desarrollo del proyecto que se desea planificar. Posteriormente se debe valorar la factibilidad económica, para ello se debe realizar un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto sopesando ambos aspectos. Por lo que si los resultados asoman que los costos superan a los beneficios no sería factible y no es el momento de desarrollarlo. Y, por último, se tiene el eje de factibilidad política y legal, es importante que el proyecto que se pretende desarrollar, no atente ni incumpla con ninguna normativa legal del ordenamiento donde se ubicará (Bonilla, 2022).

1.1.3 Concepto de negocio Pizzería en el sector “La Ronda”

El concepto de negocio reside en crear una empresa que destaque en el mercado de la comida rápida italiana, localizada en un sector estratégico de la ciudad de Quito, como lo es “La Ronda” dentro del Centro Histórico concurrido por locales y turistas al ser lugar muy nombrado ya que destacan servicios de alimentación, hospedaje, restaurantes y bares. A pesar de la oferta de servicios, la creación de la pizzería abordaría ejes temáticos e innovadores de la cocina italiana, con recetas de la nonna que cumpla las expectativas y necesidades del consumidor ecuatoriano; basada en las tenencias y la tradición como un balance de consistencia para traer un pedacito de Italia al Ecuador.

Es por ello, que el concepto de negocio de la Pizzería reside en poner a disposición un establecimiento temático que unifique la cultura italo - ecuatoriana en el que los clientes puedan acudir, y donde se garantice una experiencia gastronómica que resalte sobre sus competidores. Innovando desde el proceso de atención al cliente hasta la producción final, con un servicio de calidad y precios accesibles.

Este concepto de negocio admite una fusión basada en una línea de sabores de la cocina italo-ecuatoriana que adapta alguna de sus recetas a los requerimientos y exigencias de los clientes para la diversificación de pizzas, panini y lasañas buscando desarrollar valor agregado, innovando

en productos, cuyo propósito es crear una sinergia entre dos culturas gastronómica y satisfacer las necesidades de los consumidores en cada una de sus compras.

En este sentido, se pretende ofertar productos y servicios de calidad con precios muy competitivos en el mercado, siempre valorando los costos del producto, la logística, el seguimiento y términos legales que deben cumplirse.

En cuanto a los productos a comercializar van de pizzas de jamón, pepperoni, hawaiana, napolitana, siciliana, new york, chicago, cuatro estaciones, cuatro quesos, de pollo, vegetariana, de champiñones, especiales y signature, complementando otros productos como paninis clásicos, a la parrilla, vegetarianos, de manzanas, de costillas estofadas, tocino, jamón entre otros.

En lo que concierne al cumplimiento de los objetivos planteado para este estudio de factibilidad se efectuará una oportuna investigación de mercados empleando herramientas eficaces, que contribuyan con la consecución de resultados que permitan establecer acciones para el crecimiento.

1.2 Marco conceptual

1.2.1 Emprendimiento

El emprendimiento es un término que hace referencia al desarrollo de nuevos proyectos productivos con la finalidad de satisfacer las necesidades del exigente mercado que actualmente existe (Aldaz, 2022)

El emprendimiento es una figura que surge desde la necesidad que tiene una determinada sociedad, por lo que muchas veces su barrera o limitante reside en el financiamiento, más allá de que se cuente con una idea de negocio innovadora, es por ello; que es fundamental la realización de una evaluación estratégica antes de iniciar con el negocio, para que el inversionista pueda tomar las medidas necesarias en caso de que haya alguna dificultad en el transcurso de la misma (Moreno, 2020)

1.2.2 Estudio de factibilidad

Según García (2020) “es el análisis de la viabilidad sobre la implementación de una idea de negocio mediante la identificación de la actividad operativa, técnica y de mercado, así como la aplicación de indicadores permite identificar prioridades” (p.14) y la posible rentabilidad que obtendría con cada opción de negocio, contribuyendo con el inversionista, para que este pueda elegir el negocio que más que le conviene y tener el menor riesgo de pérdida.

1.2.3 Estudio de mercado

Comprende un análisis que aborda el propósito de valorar los entornos que rodearan a la empresa, desde los sectores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y culturales. En este se analiza el micro entorno incluyendo a las relaciones con los proveedores, clientes, estableciendo los productos sustitutos, nuevos entrantes, rivalidad entre competidores, segmentación y la cadena de valor. Está conformado por actividades primarias y efectuar un diagnóstico de la situación actual, permitiendo registrar y fundamentar las bases de las evaluaciones cualitativas y cuantitativas de este estudio (Ruíz, 2022)

1.2.5 Análisis financiero

El análisis financiero admite el “conocimiento de los puntos débiles de las organizaciones o de un proyecto que se desea invertir, para poder corregirlos de forma oportuna y también enfatizar en los puntos más favorables para sacarles provecho” (Bonilla, 2022, p.14). Es un “estudio técnico que se elabora por medio de indicadores para darle al inversionista información veraz sobre el rendimiento que va a tener su dinero en el tiempo” (Espinoza, 2020, p.63).

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Metodología utilizada

La metodología de este estudio se apoyó en un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). En el caso cualitativo respondió a la fundamentación del estado del arte a partir de varios autores, que sostienen el estudio de factibilidad respecto a sus criterios vinculantes. Así mismo al dio contestación al objetivo de efectuar un estudio de mercado para el conocimiento del entorno de la actividad económica de la pizzería y las valoraciones del público objetivo.

Respecto a su lado cuantitativo permitió determinar la viabilidad del proyecto para la creación de la pizzería mediante la realización de un análisis financiero sobre indicadores económicos como el VAN, TIR, costo benefició etc.

2.1.1 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación se enmarcó en la utilización de técnicas e instrumentos de diagnóstico y análisis del entorno como PESTEC que responde a los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y culturales enfoque de estudio y el DAFO que es una matriz basada en identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tiene una empresa u organización en el mercado en donde sea establecer sus objetivos.

Para el estudio de mercado se aplicó un cuestionario semiestructurado de preguntas abiertas y cerradas, bajo la técnica de la encuesta; con el fin de conocer los gustos y preferencias del consumidor. Finalmente se tienen los indicadores económicos para el estudio financiero estos corresponden al VAN, TMAR, TIR, PRI, punto de equilibrio etc.

Determinación de la población y muestra de estudio.

El Centro Histórico según el censo del 2010 tenía una tasa de densidad poblacional de 10.823,2 hab. /km², tasa considerada como sumamente alta (INEC, 2010). Que a los efectos del estudio se considerará como la población.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Datos:

n: Tamaño de la muestra

p: porcentaje de casos favorables

q: porcentaje de casos desfavorables

N: universo

Z: nivel de confianza

e^2 : Error bajo un determinado nivel de confianza”

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * p * q + Ne^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 10.823,2}{1,96^2 * 0,50 * 0,50 + (10.823,2) * 0,0025}$$

$$n = \frac{10.394,60}{0,9604 + 27,06}$$

$$n = \frac{10.394,60}{28,02} = 371 \text{ encuestas}$$

En síntesis, se aplicaron 371 encuestas a los consumidores que frecuentan el sector objeto de estudio.

2.2 Resultado de la investigación

2.2.1 Análisis del entorno – PESTEC

- Político

El enfoque de análisis político de este planteamiento versa en la creación de la Pizzería que se dedicada a la comercialización de alimentos donde sus políticas se basan en el cliente siempre esté conectado a un servicio excelencia que responda a estándares de calidad de importación, aunado a los lineamientos que giran dentro de la organización.

- Económico

En el aspecto económico la Pizzería, se va a establecer bajo una coordinación económica que responde a un diagnóstico previo de su mercado operativo, que responde a trámites administrativos como la implementación de plan financiero que puntualice indicadores de rentabilidad y factibilidad, así como una estrategia de control de los egresos e ingresos, los trámites legales, los procedimientos de inversión entre otros aspectos que se derivan de la misma actividad.

En cuanto a las planificaciones de gasto por publicidad, está se basará al uso de plataformas digitales para su promoción y mercadeo, lo que facilita el rendimiento económico, ya que estas herramientas y canales virtuales disminuyen las demandas y por ende los requerimientos económicos para dar a conocer a la empresa, contribuyendo a impulsar innovación e incrementando la eficacia en los procesos de venta y comercialización, entre otros beneficios.

- Social

En lo que concierne al análisis dentro del ámbito social de la Pizzería se enfocará en la aplicación de estrategias de índole política -social que se sostendrán en la responsabilidad con cada uno de clientes y la responsabilidad con sus empleados, y por ende en su entorno en general. En cuanto a sus clientes, la empresa llevará un constante estudio a través de las plataformas digitales (redes sociales) con los algoritmos señales de clasificación que admitirán un análisis sistematizado sobre la demografía, estilo de vida, actitudes y opiniones de los clientes.

- Tecnológico

Es este aspecto es uno de los más estudiado y desarrollados en el plan de negocio, ya que su propuesta se fundamenta en que la Pizzería aborde estrategias que admitan procesos de comercialización de sus productos mediante publicidad y marketing se focalice en los medios tecnológicos, aplicaciones y redes sociales, para ello se requiere implementar; códigos de programación y registros, el uso de dispositivos tecnológicos y redes de internet y por su puesto la incorporación de página web.

- Ecológico

En este factor, un primer análisis aborda los principios de responsabilidad que la Pizzería tiene con su proceso comercialización, en donde no se afecte los medios ecológicos, cuyo compromiso represente un resguardo mutuo en una relación en la que el medio ambiente tampoco pueda afectar la organización o la propuesta, estableciendo normas que resguarden el medio ambiente como los

procedimientos de clasificación de desechos, evitar desperdicios, aplicando el reciclaje cuando se trate de plásticos, para las fundas y empaques, utilizar productos orgánicos entre otros.

- Cultural

Este análisis responde a una evaluación sobre los ejes culturales y creencias sobre los hábitos y preferencias que, son factores relevantes para la implementación de la propuesta para la Pizzería donde se ha considerado modernización y tendencias, eventos sociales frecuentes, personas con poder adquisitivo.

Análisis del micro entorno

- Proveedores

Los proveedores de la Pizzería son productores de hortalizas y productos cárnicos locales debido a que las políticas y planificaciones económicas se ajustan a la propuesta, especialmente porque estos no exigen un mínimo de volumen de compra, que puedan llegar a convertirse en un costo extra.

- Clientes

La demanda en este sector es creciente y aún más debido a la oferta amplia que existe en el mercado y la variedad que se dispone tanto en productos alimenticios como en precios. Actualmente los compradores ecuatorianos están caracterizados por seleccionar precios cómodos y productos de calidad.

- Productos sustitutos

En el sector de venta y comercialización de alimentos, existen productos sustitutos, como hamburguesas, hotdog, alimentos saludables entre otros de marca reconocida, sin embargo la innovación del proyecto está dirigido para para cambiar esto y lograr dicho reconocimiento.

- Nuevos entrantes

En lo concerniente a los nuevos entrantes, la valoración es alta, se analiza que las barreras de entrada en este sector son determinadas debido a que el sector tiene otros negocios con trayectoria, sin embargo, el proyecto se diferenciará en temática, innovación y productos calidad de fusión de la gastronomía ítal- ecuatoriana.

- Rivalidad entre competidores

En este análisis, se ha podido determinar en el mercado de comida rápida, si existen un número, aunque mediano de empresas que se localizan en la zona, siendo líderes en el mercado, ya que estas empresas fueron pioneras y se han destacado por utilizar diferentes canales de distribución. Bajo estos criterios se considera que existe amenaza para la Pizzería dado que entrara a competir con estas empresas y que sus estrategias podrían definirse a partir de precios y planificaciones de marketing que admitan la atracción de parte de la demanda de este mercado.

2.2.2 DAFO

Debilidades: Poca capacidad para volúmenes altos de productos, sin reconocimiento en este mercado.

Amenazas: Entrada de nuevas marcas producidas en el Ecuador, estableciendo precios relativamente bajos o similares comparado con los de la Pizzería

Fortalezas: La Pizzería posee la virtud de que su creación surge para la satisfacción de las demandas y necesidades en el mercado de un sector privilegiado con grandes expectativas de un producto de alta calidad, con recursos económicos para la inversión caracterizándose como una marca de responsabilidad social.

Oportunidades: Su actividad operativa, productos y servicios está dirigida hacia un mercado de clase media - media alta puede ser lanzado con un precio significativamente acorde a la calidad de sus productos y servicios y por ende mayor a los precios que manejan los competidores.

Tabla 1

Matriz DAFO

Debilidades	Amenazas
D1. Situación crítica financiera (Pandemia por COVID 19- Año 2020)	A1. Aumento de precio de insumos

D2. Falta de herramientas especializadas para la elaboración de productos alimenticios	A2. Existencia de competencia (no se sabe cómo reaccionará el mercado)
D3. Estabilidad de clientes (clientes potenciales)	A3. Ausencia de actividades del mercado
D4. Dificultad de comunicación personal para la solicitud de pedidos (Respetando las medidas sanitarias, adoptadas para evitar la propagación del COVID-19)	A4. Situación económica crítica de las personas, instituciones, e interesados para contratar el servicio. A5. Poco acceso a la tecnología
Fortaleza	Oportunidades
F1. Procesos de elaboración de alimentos e gastronomía ítaló- ecuatoriana tendencia poca vista en la ciudad	O1. Mercado con demanda insatisfecha de parte del cliente hacia otros competidores.
F2. Buena coordinación del equipo de trabajo	O2. Tendencias favorables en el mercado
F3. Empresa familiar	O3. Necesidad del producto
F4. Potenciación del trabajo en grupo	O4. Ubicación clave
F5. Conocimiento en el área	O5. Tendencia de paninis y comida italiana
F6. Buen servicio y manejo de relaciones y comunicación con el cliente.	O6. Futura expansión

Nota: Resultados de matriz DAFO sobre consumidores el sector “La Ronda”. Estudio de mercado. Elaboración propia

2.2.3 Resultados de la encuesta

1. ¿Consume usted PIZZA?

Tabla 2

Consumo de pizzas

Opciones	Frecuencia
Si	357
No	14

Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.

Elaboración propia

Figura 1

Consumo de pizzas



Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.

Elaboración propia

Se conoció que el 96% de los encuestados consume pizzas, esto representa 357 personas. Un 4% señaló que no consume el producto. Significa que el consumo de pizzas en Ecuador va en incremento, extendiéndose a una demanda local y de extranjeros que visitan la ciudad por turismo.

2. ¿Con qué frecuencia consume PIZZA?

Tabla 3

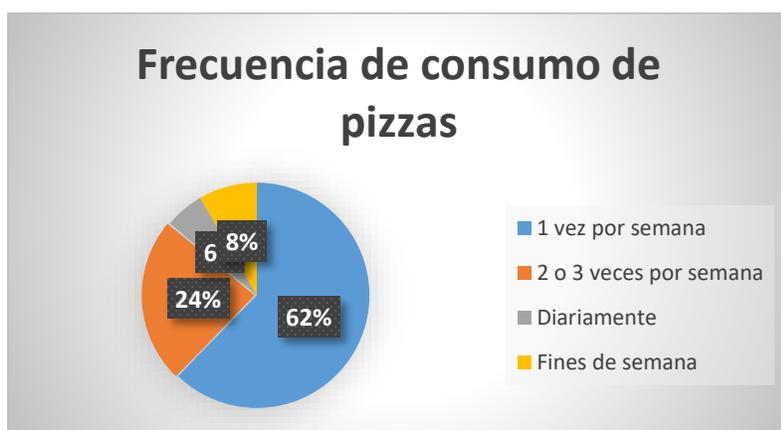
Frecuencia de consumo de pizzas

Opciones	Frecuencia
1 vez por semana	231

2 o 3 veces por semana	88
Diariamente	21
Fines de semana	31

Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

Figura 2
Frecuencia de consumo de pizzas



Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

Se evidenció que de todos los encuestados el 62% consume las pizzas una vez a la semana, el 24% lo realiza 2 o 3 veces por semana, el 85 lo realiza sólo los fines de semana y un 6% lo realiza diariamente. Esto se traduce como un consumo significativo de este producto.

3. ¿A qué tipo de establecimiento acude, usted para adquirir la PIZZA?

Tabla 4

Establecimientos donde adquiere las pizzas

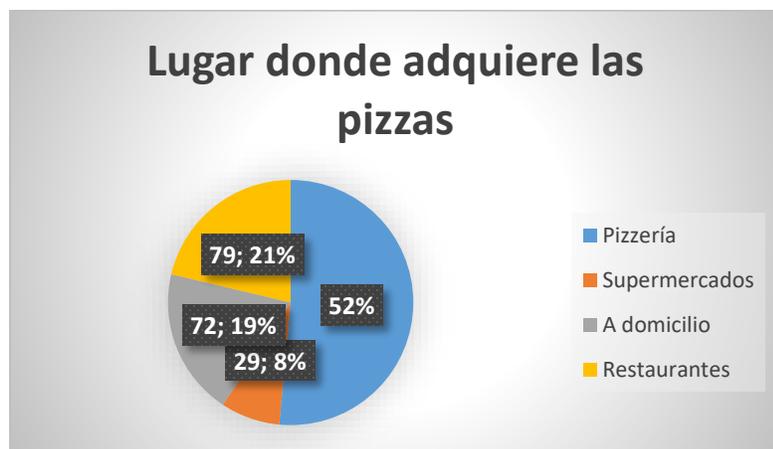
Opción	Frecuencia
Pizzería	191
Supermercados	29
A domicilio	72

Restaurantes 79

Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

Figura 3

Establecimientos donde adquiere las pizzas



Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

El 52% de los encuestados adquiere las pizzas en las Pizzerías, otro 79% lo realiza en restaurantes, el 72% prefiere recibirlas en su domicilio y el 29% las adquiere en los supermercados. Las pizzerías continúan siendo lugares de mucha concurrencia en la adquisición de este producto.

4. ¿Qué le motiva a usted consumir PIZZA?

Tabla 5

Motivación por el consumo de pizzas

Opciones	Frecuencia
Contenido de nutrientes	173
Beneficios para la salud	53
Por el sabor	123
Otros	22

Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

Figura 4*Motivación por el consumo de pizzas*

Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

El 47% de los encuestados está motivado a consumir las pizzas por el contenido de nutrientes que tiene este producto, otro 33% por el sabor, el 14% refiere a beneficios a la salud y un 6% debido a otras motivaciones.

5. ¿Qué características considera importantes al momento de adquirir la PIZZA?

Tabla 6*Características que definen la adquisición de las pizzas*

Opciones	Frecuencia
Precio	159
Calidad	139
Tamaño	58
Marca	15

Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

Figura 5
Características que definen la adquisición de las pizzas



Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

El 43% de los encuestados la característica que define su adquisición es el precio, otro 37% la calidad, el 16% refiere el tamaño y un 4% la marca. Las características que más valoran los consumidores se ubican el precio y la calidad siendo indicadores que pueden llegar a promover fidelidad.

6. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a cancelar por una PIZZA mediana?

Tabla 7

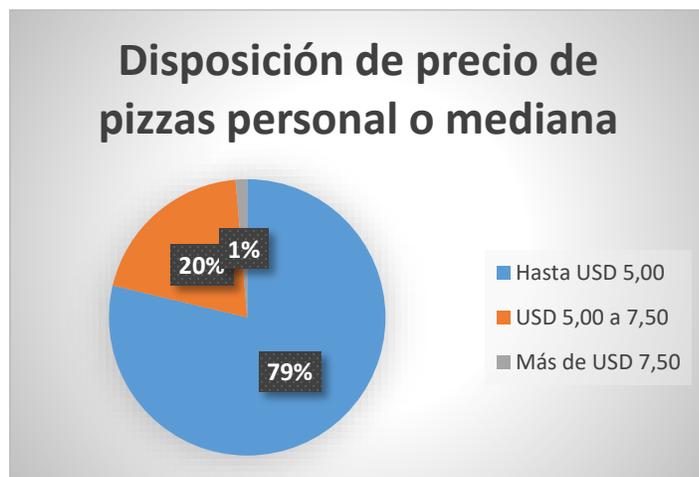
Precio dispuesto a pagar por las pizzas medianas

Opciones	Frecuencia
Hasta USD 5,00	292
USD 5,00 a 7,50	74
Más de USD 7,50	5

Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

Figura 6

Precio a pagar por las pizzas medianas



Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado. Elaboración propia

El 79% de los encuestados señaló que está dispuesto a pagar por una pizza personal hasta \$5,00; el 20% refiere que personal y mediana entre \$5,00 y \$7,00 y sólo un 1% más de \$7,00.

7. ¿Le gustaría que en el sector la Ronda se abra una PIZZERÍA?

Tabla 8

Consentimiento de apertura de pizzería

Opciones	Frecuencia
Sí	359
No	12

Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado. Elaboración propia

Figura 7

Consentimiento de los consumidores a la apertura de la pizzería en el sector La Ronda



Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

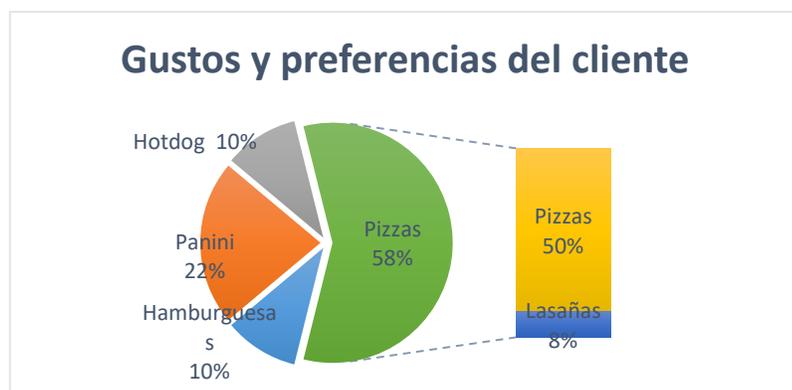
El 97% de los encuestados señaló su consentimiento a la apertura de una pizzería en el sector la Ronda y sólo un 3% no lo consideró necesario.

2.3 Análisis de la demanda

En el estudio de mercado se valoró las demandas del cliente respecto a sus gustos y preferencias

Figura 8

Gustos y preferencias – demandas del cliente

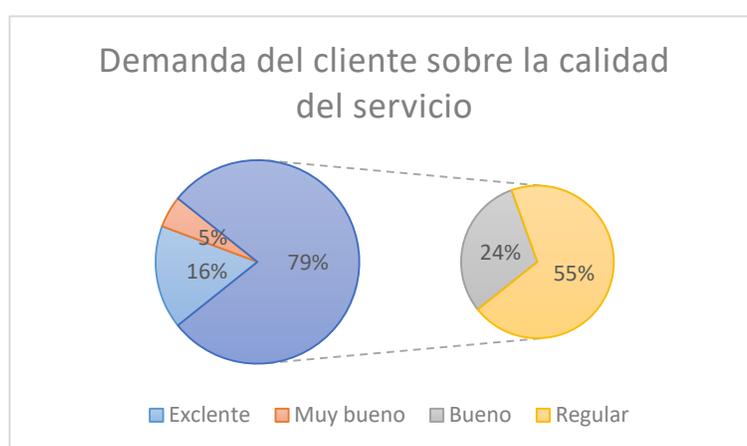


Nota: Resultados el instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado.
Elaboración propia

En cuanto a los gustos y preferencias de los clientes, estos determinan que es poco usual un servicio como el que ofrecerá la Pizzería, basado en productos de gastronomía fusionada como la comida ítalo-ecuatoriana. En cuanto a lo determinado por los clientes, estos mencionaron que en un 8% prefieren Lasaña. Por otra parte, un 10% indicaron que optan por hamburguesa, seguido del 22% quienes eligen panini. Por último, un 50% se inclinan por el consumo de variedades de pizza.

Figura 9

Demanda del cliente sobre el servicio ofrecido (calidad)



Nota: Resultados del instrumento aplicados a consumidores que frecuentan el sector “La Ronda”. Estudio de mercado. Elaboración propia

Este estudio reveló que el 79% de usuarios están medianamente (bueno/regular) satisfechos con la calidad del servicio de alimentación que reciben actualmente por otras empresas que ofrecen servicios similares; sin embargo, éste es un resultado previo sin conocer aún los diferentes campos que se pueden evaluar para la calidad y seguridad alimentaria del servicio a prestar por parte de la Pizzería

2.4 Análisis de la oferta

La oferta histórica de comida en Quito consistía en Sándwich de pernil, Seco de chivo, Locro de papas, Hornado, Caldo de patas; dentro de las Bebidas: Morocho, Rosero, Canelazo, Mistela, Cervezas artesanales. En los Postres, Dulce de higos con queso y Compota de tomate de árbol (Diario El Comercio, 2014). En la Calle Ronda, no se ofertaban pizza, sólo comida típicas de la sierra ecuatoriana. La oferta actual mayormente en el sector la Ronda, es la comida típica

ecuatoriana como empanadas, papas, café, canelazos (bebida a base de naranjilla y canela en ocasiones con licor), alimentos importados, helados, entre otras, según se pudo corroborar por la visita realizada a la localidad. En la actualidad, existen pocas ofertas de pizza en el sector la Ronda, aunque se han incorporado otras ofertas de comida rápida como productos sustitutos que son competidores en este mercado.

2.5 Análisis de precio

Este análisis de precio, reposa en el concepto de negocio, que como se mencionó en dicho apartado, se fusiona en productos de calidad entre la gastronomía ítalo- ecuatoriano (pizzas, paninis, lasañas), con precios que están relacionados a los puntuados por los consumidores en el estudio de mercado.

Tabla 9

Productos y servicios

Productos	Servicios
Pizzas	Atención al cliente (Local)
Panini	(Servicio personalizado)
Lasañas	Delivery (Entregas a domicilio)

Elaboración propia

Esta estrategia se basa en proponer un producto inicial que va desde una porción personal y mediana. Así mismos, se empleará la estrategia Neoyorkina de un Pizza Slice es decir una sola rebana de 22 cm

Tabla 10

Precios

Producto: Pizzas personales / medianas	Precio Pers/ Med
Pizza Pepperoni / Salami/ Champiñón	\$ 5.99 / \$7.99
Paninis	\$ 4.50/ \$ 6.99

Lasañas	\$ 6.99 /\$ 9,50
Pizza 4 quesos / 4 estaciones	\$ 6.99 /\$ 9,50
Pizza Napolitana	\$4,00/ \$6.00
Pizza Hawaiana	\$ 4.50/ \$ 6.99
Pizza Margarita	\$ 4.50/ \$ 6.99
Pizza fritada/carne/pollo	\$ 5.99 / \$7.99
Pizza slice 22 cm)	1 rebanada \$,099

Nota: Presentación de precios según los datos obtenidos en el estudio de mercado. Elaboración propia

Tabla 11

Estrategia de precio

Estrategia	Objetivo	Acción	Responsable	Indicador
Estrategia de Precio	Fomentar la diferenciación, reactivación económica y rentabilidad de los productos para el cliente	Diferenciación de los precios de la competencia	Administración	Número de clientes que adquieren el producto por cupones de descuentos y promociones
		Efectuar descuentos en la compra de productos (desde el 5% hasta el 10% por la frecuencia de visita a local.		

Nota: Estrategia de precios según los datos obtenidos en el estudio de mercado. Elaboración propia

2.5.1 Estrategia de comercialización

En cuanto a la estrategia de comercialización responden a la incrementación del valor que se le otorgaría a la Pizzería, por lo que se adaptaran dichas estrategias para que puedan llegar a mayor cantidad de consumidores y obtener receptividad por parte de estos; con el fin de generar interés y fortalecer las áreas internad del negocio. Por tal razón una de las estrategias aplicadas para ello; será el marketing digital, para dar a conocer el valor de sus productos mediante plataformas y canales digitales, tal como las redes sociales. A continuación, se expone la matriz que detalla su desarrollo.

Tabla 12

Estrategia de comercialización

Comunicación	Distribución
Redes Sociales	Publicidad (Facebook/Instagram)
Comerciales	Publicidad por radio
Marketing	Estrategias de precio y nuevas presentaciones en los productos

Nota: Presentación de la estrategia comercial respaldada en el marketing digital. Elaboración propia

Tabla 13

Distribución

Estrategia	Acción
Generar expectativa en redes sociales	Creación del Web site
Creación de una landing page	Gestión en la red social Instagram Diseñar una tarjeta de invitación para entregar en los clientes en el local. Creación de una plantilla electrónica para el registro de datos de los clientes y así suministrar información a sus correos sobre promociones y descuentos de temporada.
Promoción del web site en redes sociales	

Nota: Elaboración propia

Tabla 14*Promoción*

Estrategia	Objetivo	Acción	Responsable	Indicador
		Desarrollo del web site de la empresa	Gerencia	Visitantes en la página web
Estrategia de promoción	Crear canales de ventas	Crear páginas en redes sociales que sean de uso exclusivo del propietario.	Gerencia	Visitantes en la paginas Concursos por redes sociales
		Gestión para la creación de una línea de WhatsApp para el contacto directo con los clientes mediante un Chat Bot.	Gerencia	Número de llamadas y contactos recibidos
		Descuento y 2 X 1		Cupones y códigos digitales

Nota: Presentación de la estrategia comercial respaldada en el marketing digital. Elaboración propia

Tabla 15*Mercadeo directo*

Ítem	Estrategia	Acción
Estrategia de mercadeo directo	Creación de canales digitales de comunicación y venta con los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Crear el web site de la página www.ubiko.app y redes sociales, para el mantenimiento de una interacción directa con los clientes

aclarando dudas e inquietudes y gestionando ventas por este medio

- Gestionar email marketing a cada actividad comercial para mantener a los clientes informados de los descuentos, promociones.

Nota: Presentación de la estrategia comercial respaldada en el marketing digital. Elaboración propia

CAPITULO III

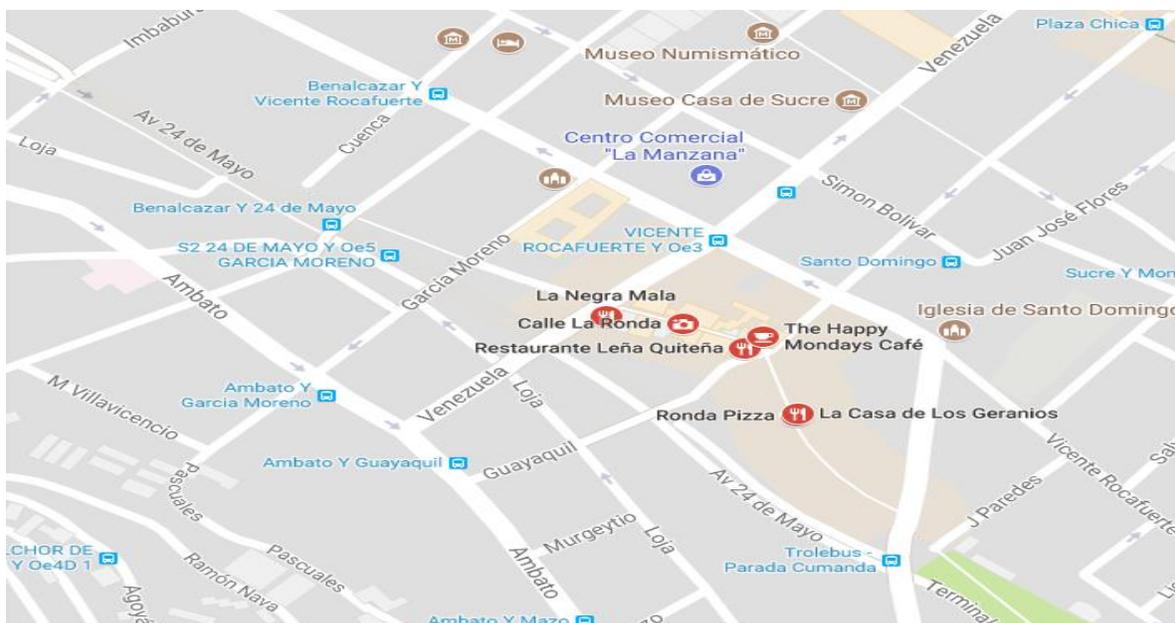
ESTUDIO TECNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL

3.1 Localización de proyecto

En cuanto a la localización del proyecto se expone desde su entorno su macro, micro y localización optima. Respecto a la macro está se delimita el centro histórico de la ciudad, sector “La Ronda del Distrito Metropolitano de Quito”

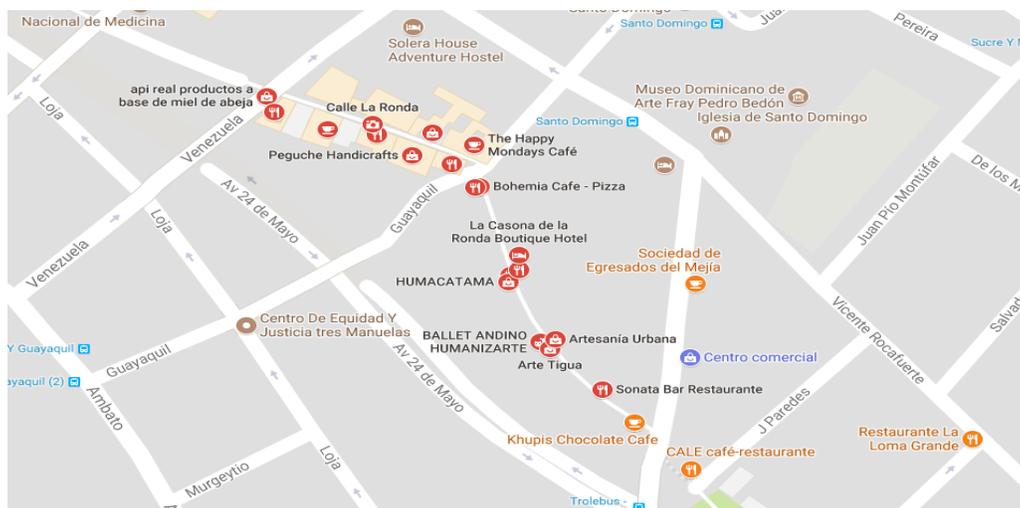
Figura 10

Macro localización- Centro histórico de Quito



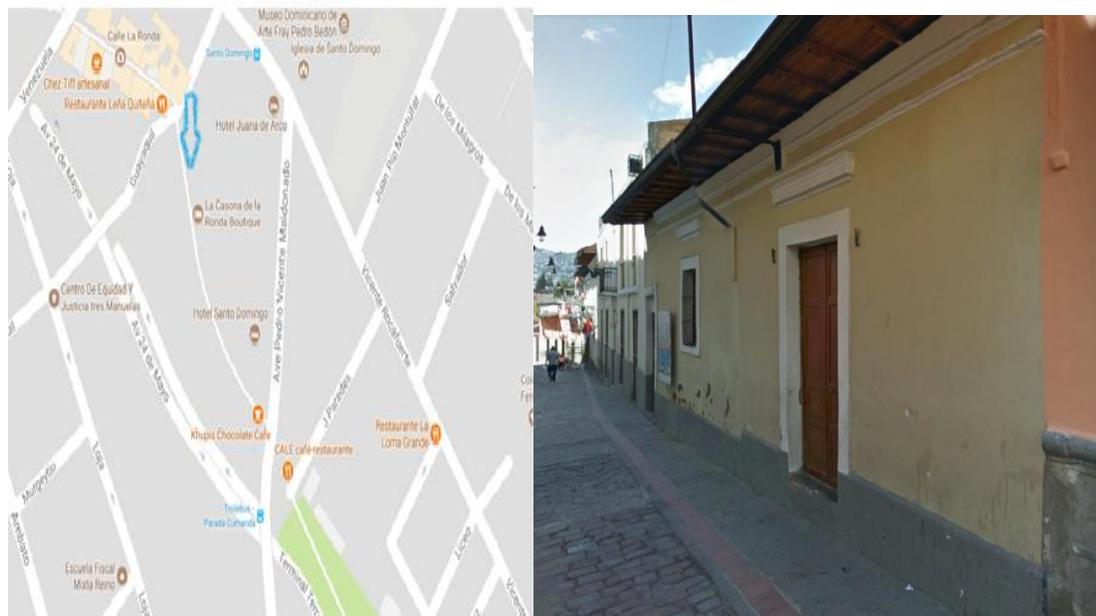
Fuente: <https://www.google.com/maps/search/mapa>

En cuanto a su micro localización, la pizzería estará ubicada en la calle “La Ronda” como popularmente se le conoce.

Figura 11*Mapa de la calle Ronda*

Fuente: <https://www.google.com/maps/search/mapa>

En cuanto a la localización óptima, se ha decidido como ubicación exacta de la Pizzería, las calles Guayaquil y Avenida Maldonado principalmente porque en estas se carece de locales destinados a la venta de alimentos, la cual es flujo constante de personas.

Figura 12*Mapa del lugar exacto de ubicación de la pizzería*

Fuente: <https://www.google.com/maps/search/mapa>

3.2 Tamaño del proyecto

En cuanto al tamaño del proyecto y distribución de la planta, la pizzería contará con un área destinada a la atención al cliente, con área de cuatro mesas con sus respectivas sillas y una barra de seis sillas, así como un estante para la venta de jugos y bebidas

Figura 13

Plano de la pizzería



Fuente (Lucidchart, 2023)

En la cocina la zona A se ubicarán los productos recién comprados, en la B se destina para la limpieza de los productos, en la C el área de cocción y en la D se ubicarán las pizzas para ser servidas a los clientes.

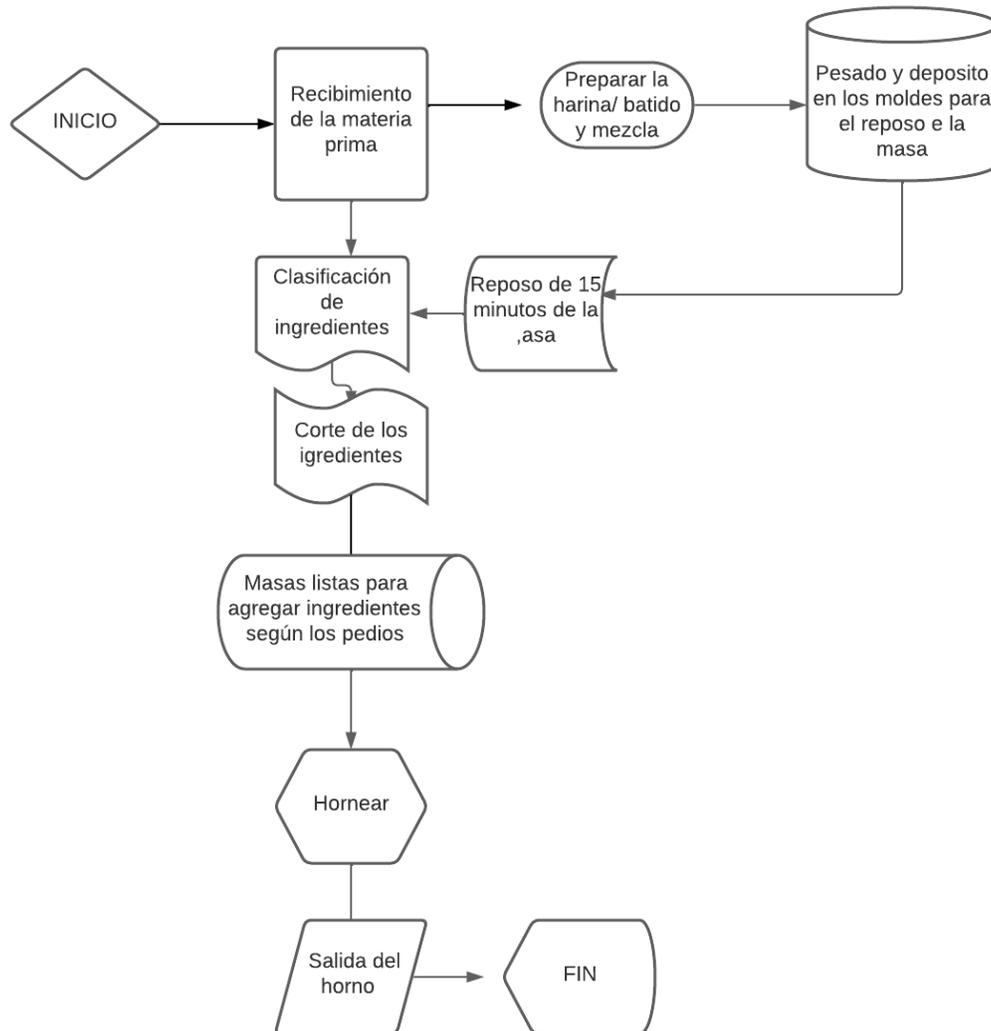
3.3 Proceso de producción o servicio

Para exponer el proceso de producción del presente proyecto se empleará como herramienta un diagrama de flujo que muestra el servicio que prestará la pizzería, según la

demanda del cliente. Proceso de elaboración de la pizza cuando el cliente solicita el servicio desde y para la casa

Figura 14

Diagrama de flujo del proceso de producción



Fuente: Elaboración propia

3.4 Constitución del negocio

La Pizzería será una empresa familiar, constituida a partir de un equipo de alto desempeño especializado en procesos de elaboración del producto para el servicio de alimentación de los clientes objetos de esta, caracterizada por un alto estándar de calidad. Así mismo se caracteriza por ser innovadora y creativa al incorporar ingredientes no regulares dentro de los productos ofertados y se adapta a las exigencias de nuestros clientes y a las medidas de bioseguridad en la prestación del servicio, además de prestar servicio personalizado y exclusivo.

En cuanto al proceso de constitución de una compañía se debe cumplir con los siguientes:

- Aprobación de nombre ante la Superintendencia de Compañías
- Elaboración de Minuta de la escritura de constitución y del nombramiento.
- Agenciamiento y cierre de escritura en la Notaría.
- Trámite de aprobación e inscripción de la escritura en el Registro Mercantil con el nombramiento del Representante Legal
- Notificación y obtención en la Superintendencia de Compañías de la nómina de accionistas, Certificado de Cumplimiento de Obligaciones y Número de Expediente.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes ante el SRI.
- Elaboración de Libro de Acciones y Accionistas y títulos de acciones con sus respectivos talonarios

Respecto a los documentos e información requerida se debe cumplir con la presentación de los siguiente: Copia a color de cédula y votación, y/o pasaporte actualizado de los accionistas o el accionista. Copia de cédula y votación, y/o pasaporte del representante legal. Distribución del paquete accionario. Copia de planilla de servicios básicos con la dirección fiscal. Borrador de la actividad principal de la compañía. Tres posibles nombres para la compañía

Tabla 16*Requisitos para apertura de una compañía*

Procedimientos	Tiempo de Tramitación	Costo en US\$ Valores Referenciales
Aprobación de constitución	1 semana laborable	\$ 800.00
Publicación extracto (Valor mínimo)	1 día	\$ 40.00
Certificación municipal	1 día	
Registro mercantil	4 horas	\$ 70.00
Notaría: anotación marginal	1 día	\$ 12.00
SRI. Obtención RUC (Provisional)	1 hora	
Inscripción Historia	1 día	
Laboral IESS	1 día	
Total aproximado	10-14 días Laborables	\$922.00

Fuente: Elaboración propia

3.5 Filosofía empresarial

La filosofía de la Pizzería se fundamenta en el compromiso y responsabilidad con el emprendimiento como motor de la economía y fuente de la prosperidad colectiva. Así mismo, en el cumplimiento a la legalidad vigente. En la sensibilidad hacia las carencias sociales y la actuación basada en criterios de ética profesional, pauta de su comportamiento como empresa y compromiso social. Una permanente atención a las demandas de servicios que la sociedad reclame, eje

fundamental al proyecto empresarial. Satisfacción de sus colaboradores y clientes, con la calidad comprometida, siendo su objetivo prioritario al momento de la oferta de servicios. Solvencia económica y la gestión eficaz de nuestros recursos, bases de nuestro proyecto económico y garantía de su continuidad.

3.6 Estrategia

La estrategia propuesta para este proyecto reside en una de venta directa a través del local y promoción mediante los canales digitales, redes sociales sobre los productos y servicios que se ofertan que se podrá ampliar a futuro con un marketing de influencia para mayor posicionamiento de la Pizzería

Tabla 17

Estrategia de venta directa

Ítem	Estrategia	Acción
	Local Uso de canales digitales para la venta al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción en local • Actualización del web site y redes sociales, con contenido nuevo, para captar la atención de los clientes.
Estrategia de venta directa	Atención personalizada y de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo y atención por redes / Delivery.
	Los asesores comerciales establecerán contacto directo con los clientes gestionando pedidos desde la tienda física.	<ul style="list-style-type: none"> • Atención de calidad a los clientes y brindar la información de precio y promociones

Nota: Presentación de la estrategia comercial respaldada en el marketing digital. Elaboración propia

3.7 Análisis de viabilidad ambiental

El análisis de la evaluación ambiental se inicia en el momento de la identificación del proyecto y luego en su desarrollo, este aspecto permite la integración del proyecto con los elementos del entorno, con los programas y los planes mediante un informe ambiental del negocio que se está constituyendo. Fundamentan estos criterios, se hace mención de la norma UNE ISO 14001 del Sistema de Gestión Ambiental favorece el desarrollo de toda organización industrial o de servicios, en cualquier sector se debe medir el impacto de sus actividades, así como la importancia y necesidad de la protección del medioambiente, esta normativa requiere que el

negocio defina su política ambiental, establezca objetivos para la implementación de las mejoras y desarrolle una cultura de preparación y actuación de una gestión ambiental completa.

En este sentido, la Pizzería se inclina en la promoción y sensibilización y la comprensión de los impactos ambientales producidos por las actividades de la empresa. Así planteará medidas preventivas y correctivas que aporten al cuidado del medio ambiente, su viabilidad y preservación. Optimizará el uso de materiales y productos y alcanzar el compromiso de todo el equipo de trabajo e informar al cliente del aporte para el medioambiente, destacando el uso de envases biodegradables a base de caña de azúcar.

CAPITULO IV
ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1 Inversión - Capital de trabajo

La inversión es un factor fundamental en todo emprendimiento ya que son bienes que permitirán realizar de manera apropiada las operaciones del emprendimiento. A continuación, se detalla la tabla con la inversión para la Pizzería:

Tabla 18

Inversión inicial

Inversión inicial		
Inversión inicial fija		\$24.750,50
Departamento Servicio	\$ 20.797,50	
Muebles y enseres	20.797,50	
Departamento administración	3.953,00	
Equipo computación	2.400,00	
Equipo oficina	220,00	
Muebles y enseres	1.333,00	
Inversión diferida	\$ 1.374,00	\$ 1.374,00
Constitución de la empresa	800,00	
Permiso de Funcionamiento	144,00	
Patente Municipal	230,00	
Estudio de factibilidad	200,00	
Capital de trabajo	\$ 9.362,05	\$ 9.362,05

Total inversión	\$ 35.486,55
------------------------	---------------------

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 19

Costo promedio ponderado del capital a invertir

Detalle	Recursos Propio	Crédito	Total Financiamiento
Inversiones Fijas	\$ 24.750,50	\$ 31.586,00	\$ 56.336,50
Inversiones Diferidas	\$ 1.374,00		\$ 1.374,00
Capital de Trabajo	\$ 4.113,06	\$ 5.248,99	\$ 9.362,05
Total	\$ 30.237,56	\$ 36.834,99	\$ 67.072,55
Porcentajes	43,93%	56,07%	100,00%

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

4.2 Financiamiento

En este apartado se presenta el financiamiento que tendrá la Pizzería:

Tabla 20

Financiamiento

El costo promedio ponderado de la inversión inicial es 67.072,55, el monto de 30.237,56 pertenece a un capital propio lo que representa un porcentaje de participación de 43.93% y 36.834,99 crédito con % de participación del 56, 07%

INVERSION TOTAL	VALORES	% DE PARTICIPACION	% TASA DE INTERES	COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL
CAPITAL PROPIO	30.237,56	43,93%	4,28%	1,88%
CREDITO	36.834,99	56,07%	8,68%	4,87%
	67.072,55	100%		6,75%

Detalle / Año	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Final
1	31.586,00	3.009,96	12.409,08	9.399,06	22.186,94
2	22.186,94	1.922,31	12.409,08	10.486,70	11.700,24
3	11.700,24	708,79	12.409,08	11.700,24	-

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 21

Intereses causados por año

A1	A2	A3
289,54	203,38	107,25
282,71	195,77	98,76
275,83	188,08	90,18
268,88	180,33	81,53
261,86	172,5	72,8
254,78	164,6	63,99
247,64	156,63	55,09
240,43	148,59	46,12
233,15	140,47	37,06
225,81	132,28	27,92
218,4	124,01	18,7
210,93	115,67	9,39
3009,96	1922,31	708,79

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

4.3 Proyección de costos gastos e inversión

En cuanto a la proyección de costos, gastos e inversión se detallan a continuación la tasa de descuento del proyecto, para su proyección a cinco años, respecto a los departamentos de servicio y administración, así como gastos e ingresos.

Tabla 22*Tasa de descuento del proyecto*

TASA DE DESCUENTO	=	COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL %	+	TASA DE INFLACION %	+	TASA RIESGO PAIS %
11,55%	=	6,75%	+	1,20%	+	3,60%

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

En este apartado que prosigue se expresan los valores, tomados en consideración para la tasa de descuento del proyecto.

- Porcentaje del Riesgo País que es el 3,60%.
- Tasa promedio de inflación es de 1.20% un promedio de la tasa anual desde 2015 al 2021.
- Tasa pasiva es de 4,28%.
- Tasa activa es de 8,68%.

Tabla 23*Departamento de Servicio*

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Mesas de madera	50	\$ 61,25	\$ 3.062,50
Sillas de madera	50	\$ 87,50	\$ 4.375,00
Mueble para utensilios	20	\$ 350,00	\$ 7.000,00
Muebles niños	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
Sillas para niños	56	\$ 13,57	\$ 760,00
Envases para el servido del producto	560	\$ 7,50	\$ 4.200,00
2 mostradores y 2 licuadoras	4	\$ 25,00	\$ 100,00

2 hornos a leña 2 Hornos industriales	4	\$	75,00	\$	300,00
SUMAN				\$	20.797,50

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 24

Departamento de Administración – Equipo de Computación

N°	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1	PC de Escritorio	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
2	Actividades y gestión de marketing	1	\$ 350,00	\$ 350,00
3	Impresoras multifuncional/facturas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
4	Software contable (Coso II)	1	\$ 800,00	\$ 800,00
SUMAN				\$ 2.400,00

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 25

Departamento de Administración – Equipo de Oficina

N°	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1	Archivador Metálico	4	\$ 45,00	\$ 180,00
2	Sumadora	2	\$ 20,00	\$ 40,00
SUMAN				\$ 220,00

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 26*Departamento de Administración – Muebles y Enseres*

N°	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1	Escritorio	2	\$ 400,00	\$ 800,00
2	Silla Ejecutiva	2	\$ 80,00	\$ 160,00
3	Silla para Visitas	4	\$ 40,00	\$ 160,00
4	Archivador Vertical	2	\$ 96,50	\$ 193,00
5	Basurero	2	\$ 10,00	\$ 20,00
SUMAN				\$ 1.333,00

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 27*Gastos Pagados por Anticipado*

N°	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
2	CONSTITUCION DE LA EMPRESA	1	\$ 800,00	\$ 800,00
3	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	1	\$ 144,00	\$ 144,00
4	PATENTE MUNICIPAL	1	\$ 230,00	\$ 230,00
SUMAN				\$ 1.174,00

N°	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	1	\$ 200,00	\$ 200,00
SUMAN				\$ 200,00

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 28*Costos y Gastos de Operación y Capital de Trabajo*

Costos y Gastos de Operación			
Costo de Servicio			\$ 91.461,29
SUMINISTROS		\$ 12.880,00	
SUMINISTROS	\$	12.880,00	
MO		\$ 64.496,16	
Gastos de Servicios		14.085,13	
Gastos Administrativos		\$ 25.478,71	\$ 25.478,71
Suman Costos y Gastos			\$ 116.940,00
Menos: Depreciaciones		\$ 3.035,05	\$ 3.035,05
Producción		\$ 2.079,75	
Administración		\$ 955,30	
Capital de Operación / Año			\$ 113.904,95
Capital Requerido / Dia		365	\$ 312,07
Periodo de desfase		30	\$ 9.362,05

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 29*Cuadro del Costo Directos - suministros*

SUMINISTRO	Unidad de medida	Compra en unidad de medida	Costo unitario	Costo por servicio	M. Servicio	Suministros utilizados por servicio	Suministro diario \$	Suministro semanal \$	Suministro mensual \$	Suministro anual \$
Agua purificada (20 litros)	Botellón	1	\$ 1,00	\$ 0,06	560	0,03	\$ 35,00	\$ 175,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Víveres	kg	10	\$ 0,50	\$ 0,02	560	0,33	\$ 9,33	\$ 46,67	\$ 186,67	\$ 2.240,00
Materiales para higiene y aseo	lt	2	\$ 0,50	\$ 0,02	560	0,07	\$ 9,33	\$ 46,67	\$ 186,67	\$ 2.240,00
Total				0,10			\$ 53,67	\$ 268,33	\$ 1.073,33	\$ 12.880,00

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 30*Costo directo- Mesero***Mesero**

DESCRIPCION	%	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Sueldo Básico		500,00	516,00	532,00	548,00	564,00
Aporte Patronal	11,15%	55,75	57,53	59,32	61,10	62,89
Décimo Cuarto	6,87%	34,35	35,45	36,55	37,65	38,75
Décimo Tercero	8,33%	41,65	42,98	44,32	45,65	46,98
Vacaciones	4,17%	20,85	21,52	22,18	22,85	23,52
Sub-total		652,60	673,48	694,37	715,25	736,13
N° de meseros		5	5	5	5	5
Costo Mensual		3.263,00	3.367,42	3.471,83	3.576,25	3.680,66
N° de meses		12	12	12	12	12
Sub-Total Mano de Obra directa		39.156,00	40.408,99	41.661,98	42.914,98	44.167,97

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 31*Cocinera y persona de limpieza*

DESCRIPCION	%	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Sueldo Básico		400,00	416,00	432,00	448,00	464,00
Aporte Patronal	11,15%	44,60	46,38	48,17	49,95	51,74
Décimo Cuarto	8,33%	33,32	34,65	35,99	37,32	38,65
Décimo Tercero	8,33%	33,32	34,65	35,99	37,32	38,65
Vacaciones	4,17%	16,68	17,35	18,01	18,68	19,35
Sub-total		527,92	549,04	570,15	591,27	612,39
N° de cocinera y limpieza		2	2	2	2	2
Costo Mensual		1.055,84	1.098,07	1.140,31	1.182,54	1.224,77
N° de meses		12	12	12	12	12
Total Mano de Obra directa		12.670,08	13.176,88	13.683,69	14.190,49	14.697,29

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 34*Artículos de limpieza y aseo*

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNIT	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUNDAS INDUSTRIALES	PAQUETE	5	\$ 1,25	\$ 6,25	\$ 6,25	\$ 6,25	\$ 6,25	\$ 6,25
JABON LIQUIDO DE BAÑO	LITRO	3	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
ARTICULOS DE BAÑO	KIT	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
TRAPEADOR	UNIDAD	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
PALA	UNIDAD	1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
ESCOBA	UNIDAD	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
DETERGENTE	KILOGRAMO	3	\$ 2,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 7,50
DESINFECTANTE	CANECA	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
LAVA VAJILLA	KILOGRAMO	6	\$ 1,50	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00

COLORO	LITRO	10	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
GUANTES DE LIMPIEZA	UNIDAD	6	\$ 1,75	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 10,50
PAPEL HIGIENICO INDUSTRIAL	ROLLO	10	\$ 2,50	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL				\$ 106,25				

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 35

Uniformes

Descripción	Costo unitario	Cantidad de uniformes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DELANTALES	\$ 3,00	9	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00
CAMISETAS	\$ 5,00	9	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00
TOTAL	\$ 8,00	18	\$ 72,00				

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 36*Servicios básicos.*

Descripción	Unidad	Consumo mes	Costo unitario	Cantidad mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía	KWH	800	0,105	84,00	1.008,00	1014,3	1020,6	1.026,900	1.033,200
Agua Potable	METROS	30	0,43	12,90	154,80	438,60	464,40	490,20	516,00
Teléfono	UND		-	1,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Internet	UND		-	1,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
TOTAL					1.186,80	1.476,90	1.509,00	1.541,10	1.573,20

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 37*Resumen Costos Indirectos - Para el servicio*

Descripción	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Gas	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Uniformes	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Artículos de limpieza y aseo	106,25	106,25	106,25	106,25	106,25
Servicios Básicos	1.186,80	1.476,90	1.509,00	1.541,10	1.573,20
TOTAL	1.415,05	1.705,15	1.737,25	1.769,35	1.801,45

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 38 Depreciación Servicio

Descripción	Valor original	Vida útil	Valor de reposición	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05	Valor Residual
Muebles y Enseres	20.797,50	10	N/A	2.079,75	2.079,75	2.079,75	2.079,75	2.079,75	10.398,75
Total	20.797,50			2.079,75	2.079,75	2.079,75	2.079,75	2.079,75	10.398,75

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

4.3.1 Estudios financieros proyectados

Tabla 39

Presupuestos de costos y gastos

DETALLE / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCION					
COSTOS DIRECTOS					
SUMINISTROS	\$ 12.880,00	\$ 12.880,00	\$ 12.880,00	\$ 12.880,00	\$ 12.880,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 64.496,16	\$ 65.509,77	\$ 69.029,36	\$ 71.295,96	\$ 73.562,55
SUB-TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 77.376,16	\$ 78.389,77	\$ 81.909,36	\$ 84.175,96	\$ 86.442,55

GASTOS INDIRECTOS	\$ 14.085,13	\$ 14.882,03	\$ 15.420,94	\$ 15.959,84	\$ 16.498,74
DEPRECIACIONES	\$ 2.079,75	\$ 2.079,75	\$ 2.079,75	\$ 2.079,75	\$ 2.079,75
SUB-TOTAL GASTOS DE FABRICACION	\$ 16.164,88	\$ 16.961,78	\$ 17.500,69	\$ 18.039,59	\$ 18.578,49
SUMAN COSTOS DE PRODUCCION	\$ 93.541,04	\$ 95.351,55	\$ 99.410,04	\$ 102.215,54	\$ 105.021,05
GASTOS DE ADMINISTRACION					
REMUNERACIONES	\$ 18.011,76	\$ 18.512,96	\$ 19.014,15	\$ 19.515,35	\$ 20.016,55
ARRIENDAMIENTO DE LOCAL	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 22,55	\$ 22,55	\$ 22,55	\$ 22,55	\$ 22,55
SERVICIOS BASICOS	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 432,00
UTILES, ASEO Y LIMPIEZA	\$ 57,10	\$ 57,10	\$ 57,10	\$ 57,10	\$ 57,10
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DEPRECIACIONES	\$ 955,30	\$ 955,30	\$ 955,30	\$ 371,97	\$ 371,97
SUMAN GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 25.478,71	\$ 25.979,91	\$ 26.781,10	\$ 26.698,97	\$ 27.200,16
GASTOS FINANCIEROS					
INTERES	\$ 3.009,96	\$ 1.922,31	\$ 708,79		
TOTAL	\$ 122.029,71	\$ 123.253,77	\$ 126.899,94	\$ 128.914,51	\$ 132.221,21

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 40 Precio en Base a los Costos

DETALLE / AÑO	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
TOTAL COSTOS Y GASTOS	122.029,71	123.253,77	126.899,94	128.914,51	132.221,21
SERVICIO	560,00	588,00	617	648	681
COSTO UNITARIO	217,91	209,62	205,54	198,86	194,25
UTILIDAD %	35%	35%	35%	35%	35%
UTILIDAD \$	76,27	73,37	71,94	69,60	67,99
PRECIO DEL SERVICIO	294,18	282,98	277,48	268,46	262,23

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 41*Ingresos esperados*

DETALLE / AÑO	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
SERVICIO	560	588	617	648	681
PRECIO POR SERVICIO	294,18	282,98	277,48	268,46	262,23
INGRESOS POR SERVICIOS	164.740,11	166.392,58	171.314,91	174.034,59	178.498,63

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 42*Estado de resultado proforma*

DETALLE	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
INGRESOS POR SERVICIOS	\$ 164.740,11	\$ 166.392,58	\$ 171.314,91	\$ 174.034,59	\$ 178.498,63
COSTOS DE LOS SERVICIOS					
SUMINISTROS	\$ 12.880,00	\$ 12.880,00	\$ 12.880,00	\$ 12.880,00	\$ 12.880,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 64.496,16	\$ 65.509,77	\$ 69.029,36	\$ 71.295,96	\$ 73.562,55
GASTOS INDIRECTOS	\$ 14.085,13	\$ 14.882,03	\$ 15.420,94	\$ 15.959,84	\$ 16.498,74
DEPRECIACION	\$ 2.079,75	\$ 2.079,75	\$ 2.079,75	\$ 2.079,75	\$ 2.079,75
COSTO DE LOS SERVICIOS	\$ 93.541,04	\$ 95.351,55	\$ 99.410,04	\$ 102.215,54	\$ 105.021,05
UTILIDAD BRUTA POR SERVICIOS	\$ 71.199,07	\$ 71.041,04	\$ 71.904,87	\$ 71.819,05	\$ 73.477,59
GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 25.478,71	\$ 25.979,91	\$ 26.781,10	\$ 26.698,97	\$ 27.200,16
SUB-TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 25.478,71	\$ 25.979,91	\$ 26.781,10	\$ 26.698,97	\$ 27.200,16
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 45.720,36	\$ 45.061,13	\$ 45.123,77	\$ 45.120,08	\$ 46.277,42

GASTOS FINANCIEROS	\$	\$	\$		
	3.009,96	1.922,31	708,79		
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$	\$	\$	\$	\$
	42.710,40	43.138,82	44.414,98	45.120,08	46.277,42
15% UTILIDAD EMPLEADOS Y TRABAJADORES	\$	\$	\$	\$	\$
	6.406,56	6.470,82	6.662,25	6.768,01	6.941,61
UTILIDAD ANTES EL IMPUESTO A LA RENTA	\$	\$	\$	\$	\$
	36.303,84	36.668,00	37.752,73	38.352,07	39.335,81
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$	\$	\$	\$	\$
	9.075,96	9.167,00	9.438,18	9.588,02	9.833,95
UTILIDAD NETA	\$	\$	\$	\$	\$
	27.227,88	27.501,00	28.314,55	28.764,05	29.501,86

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

De acuerdo al Estado de Resultado proyectado en los cinco periodos, podemos observar que la utilidad neta es positiva, es decir que no se experimentarían pérdidas que vayan en perjuicio de la inversión, por lo tanto, lo que a capital propio se refiere y el apoyo del financiamiento bancario se considera adecuado.

4.4 Evaluación Financiera (VAN, TMAR, TIR, PRI, PUNTO DE EQUILIBRIO)

Tabla 43

Balance de situación Inicial

BALANCE DE SITUACION INICIAL			
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
	9.362,05		
CAJA Y BANCO	9.362,05	PRESTAMO BANCARIO C/P	9.399,06
ACTIVO NO CORRIENTE	26.124,50	PASIVO NO CORRIENTE	
AREA DE PRODUCCION	20.797,50	PRESTAMO BANCARIO L/P	22.186,94
MUEBLES Y ENSERES	20.797,50	PATRIMONIO	3.900,55
AREA ADMINISTRATIVA	3.953,00		

EQUIPOS DE COMPUTACION	2.400,00		
EQUIPOS DE OFICINA	220,00		
MUEBLES Y ENSERES	1.333,00		
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADOS	1.374,00		
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	800,00		
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	200,00		
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	144,00		
PATENTE MUNICIPAL	230,00		
TOTAL ACTIVOS		35.486,55	
		TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	35.486,55

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 44

Flujo de efectivo del inversionista

DETALLE	Año 00	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
INGRESOS POR SERVICIO		164.74 0,11	166.39 2,58	171.31 4,91	174.03 4,59	178.49 8,63
VALOR RESIDUAL ACTIVO FIJO						17.280, 42
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						9.362,0 5
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		164.74 0,11	166.39 2,58	171.31 4,91	174.03 4,59	205.14 1,10
FLUJO DE COSTOS Y GASTOS INVERSION FIJA						24.750, 50
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO		1.374,0 0				

Tabla 45

Flujo de efectivo del proyecto

FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO						
DETALLE	Año 00	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
INGRESOS POR SERVICIOS		164.74	166.39	171.31	174.03	178.49
		0,11	2,58	4,91	4,59	8,63
VALOR RESIDUAL ACTIVO FIJO						17.280,42
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						9.362,05
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		164.74	166.39	171.31	174.03	205.14
		0,11	2,58	4,91	4,59	1,10
FLUJO DE COSTOS Y GASTOS						
INVERSION FIJA	\$24.750,50					
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	1.374,00					
CAPITAL DE TRABAJO	9.362,05					
COSTOS DE LOS SERVICIOS		93.541,04	95.351,55	99.410,04	102.215,54	105.021,05
(-) DEPRECIACION		-2.079,75	-2.079,75	-2.079,75	-2.079,75	-2.079,75
GASTOS OPERACIONALES		25.478,71	25.979,91	26.781,10	26.698,97	27.200,16
(-) DEPRECIACION		-955,30	-955,30	-955,30	-371,97	-371,97
GASTOS FINANCIEROS						
TOTAL FLUJO DE COSTOS Y GASTOS	35.486,55	115.984,70	118.296,41	123.156,10	126.462,80	129.769,49
(A-B) FLUJO ECONOMICO	-	35.486,55	48.755,41	48.096,18	47.571,80	75.371,61

(+) CREDITO						
(-) AMORTIZACION DE CREDITO						
(-) 15% UTILIDAD DE TRABAJADORES	6.406,56	6.470,82	6.662,25	6.768,01	6.941,61	
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	9.075,96	9.167,00	9.438,18	9.588,02	9.833,95	
FLUJO FINANCIERO O DE EFECTIVO	- 35.486,55	33.272,89	32.458,36	32.058,39	31.215,77	58.596,04

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 46

VAN

VALOR ACTUAL NETO VAN	
VALOR	SIGNIFICADO
VAN = 0	El proyecto cubre la inversión del proyectista no existen ni ganancias ni pérdidas, entonces es aceptado o rechazado
VAN > 0	El proyecto entrega ganancias por encima de lo exigido por el inversionista, entonces es aceptado
VAN < 0	El proyecto tiene pérdidas no renta lo exigido por el inversionista, es rechazo.

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 47

VAN con financiamiento

DETALLE	FLUJO ANUAL ACTUALIZADO	FLUJO ANUAL ACUMULADO
INVERSION INICIAL	30.237,56	30.237,56
AÑO 1	20.863,87	9.373,69
AÑO 2	20.049,35	10.675,66

AÑO 3	19.649,36	30.325,01
AÑO 4	31.215,77	61.540,78
AÑO 5	58.596,04	120.136,82
<hr/>		
VAN		183.067,02

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

VAN > 0 Considerando que El proyecto entrega ganancias por encima de lo exigido por el inversionista, todo indica por el resultado obtenido, que el mínimo es aceptado.

Tabla 48

VAN sin financiamiento

DETALLE	FLUJO ANUAL ACTUALIZADO	FLUJO ANUAL ACUMULADO
	-	-
INVERSION INICIAL	67.072,55	67.072,55
AÑO 1	33.272,89	33.799,66
AÑO 2	32.458,36	1.341,31
AÑO 3	32.058,39	30.717,08
AÑO 4	31.215,77	61.932,85
AÑO 5	58.596,04	120.528,89
<hr/>		
VAN		110.965,31

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 49*TIR*

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	
VALOR	SIGNIFICADO
TIR = i	Cuando la TIR es igual a la tasa de descuento el proyecto es aceptado.
TIR > i	Cuando la TIR es menor que la tasa de descuento el proyecto se rechaza.
TIR < i	Cuando la TIR es mayor que la tasa de descuento se debe realizar la inversión.

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Fórmula: $TIR = Ti + (TS - Ti) * (VANs / VANs - VANi)$

Tabla 50*PRI con financiamiento*

PRI CON FINANCIAMIENTO		
Detalle	Flujo anual actualizado	Flujo acumulado
INVERSION INICIAL	-	-
AÑO 1	30.237,56	30.237,56
AÑO 2	20.863,87	-
AÑO 3	20.049,35	9.373,69
AÑO 4	19.649,36	10.675,66
AÑO 5	31.215,77	30.325,01
	58.596,04	61.540,78
	PRI	1,61
	Años	1
	Meses	6
	Días	1
PRI = a + b / c		
PRI = 2 - 6587,25 / 16786,56	PRI =	1,607587856

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 51*PRI sin financiamiento*

PRI SIN FINANCIAMIENTO		
Detalle	Flujo anual actualizado	Flujo acumulado
INVERSION INICIAL	-	-
AÑO 1	67.072,55	67.072,55
AÑO 2	33.272,89	33.799,66
AÑO 3	32.458,36	1.341,31
AÑO 4	32.058,39	30.717,08
AÑO 5	31.215,77	61.932,85
	58.596,04	120.528,89
	PRI	2,96
	Años	2
	Meses	9
	Días	6
PRI = a + b / c		
PRI = 3 - 1341,31 / 30717,08	PRI =	2,956333415

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 52

Relación beneficio costo (B/C)

B/C CON FINANCIAMIENTO							
DETALLE	Año 00	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	
FLUJO BENEFICIOS		164.74 0,11	166.3 92,58	171.314,9 1	174.0 34,59	205.1 41,10	
FACTOR ACTUALIZADO		-2,23	1,88	0,65	0,51	0,49	
BENEFICIOS ACTUALIZADOS		- 74.014 ,22	88.59 8,89	264.391,6 9	343.1 03,04	420.5 91,55	1.042.6 70,95

FLUJO COSTOS	35.486,55	118.994,66	120.218,72	123.864,89	126.462,80	129.769,49	
FACTOR ACTUALIZADO		-2,23	1,88	0,65	0,51	0,49	
COSTOS ACTUALIZADOS	35.486,55	53.461,76	64.012,74	191.161,68	249.316,93	266.060,54	752.576,67
RELACION B/C							1,39
=							

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 53

B/C Sin financiamiento

B/C SIN FINANCIAMIENTO							
DETALLE	Año 00	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	
FLUJO BENEFICIOS		164.740,11	166.392,58	171.314,91	174.034,59	205.141,10	
FACTOR ACTUALIZADO BENEFICIOS		-0,98	-24,20	1,04	0,50	0,49	
COSTOS ACTUALIZADOS		167.348,26	6.875,99	164.147,19	345.288,91	421.964,16	757.176,03
FLUJO COSTOS	35.486,55	115.984,70	118.296,41	123.156,10	126.462,80	129.769,49	
FACTOR ACTUALIZADO COSTOS		-0,98	-24,20	1,04	0,50	0,49	
COSTOS ACTUALIZADOS	35.486,55	117.820,96	4.888,47	118.003,31	250.905,30	266.928,84	548.614,58
RELACION B/C =							1,38

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

Tabla 54

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	92.054,62
COSTO VARIABLE UNITARIO	48,15
PRECIO DE VENTA UNITARIO	294,18
PE (UNIDADES)	374,16
<hr/>	
FORMULA PE	-----
-->	COSTOS FIJOS
UNIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO - COSTO VARIABLE UNITARIO
<hr/>	
FORMULA PE	-----
-->	92.054,62 374,17
UNIDADES	246,03
<hr/>	
UTILIDAD / PERDIDA	
<hr/>	
UTILIDAD/PERDIDA=(PRECIO VENTA UNITARIO* CANTIDAD)-(COSTOS FIJO-(COSTO FIJO UNITARIO*CANTIDAD))	
UTILIDAD/PERDIDA=(294,18*560)-((92054,62-(164,38*374,16))	
UTILIDAD/PERDID	
A=	
<hr/>	
<u>Costo Fijo</u>	92.054,62
	4,62
<hr/>	
<u>Costo Variable</u>	26.965,13
	5,13
<hr/>	
<u>Ventas Netas</u>	164.740,11
	40,11

Nota: Presentación del análisis financiero de la Pizzería. Elaboración propia

CONCLUSIONES

El presente estudio respondió a un diseño de estudio de factibilidad para la creación de una Pizzería en el sector “La Ronda” perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador en el 2023 por lo que se concluye que:

1. Se desarrolló el estado del arte a partir de varios autores, que fundamenten el estudio de factibilidad en donde se expusieron criterios que permitieron sustentar la investigación desde las variables manejadas, enmarcado en el rubro del sector alimentación y la propuesta de creación de un restaurant, similar a la naturaleza de este proyecto, el segundo marco pautas sobre los estudios de mercado y financieros que permitieron conocer que son factores de valoración esencial en un estudio factible
2. Se efectuó un estudio de mercado para el conocimiento del entorno de la actividad económica de la pizzería y las valoraciones del público objetivo, en este se conocieron gustos y preferencias de los clientes; en cuanto a lo determinado por los clientes, estos mencionaron que en un 8% prefieren Lasaña. Por otra parte, un 10% indicaron que optan por hamburguesa, seguido del 22% quienes eligen panini. Por último, un 50% se inclinan por el consumo de variedades de pizza. Este estudio reveló que el 79% de usuarios están medianamente (bueno/regular) satisfechos con la calidad del servicio de alimentación que reciben actualmente por otras empresas que ofrecen servicios similares; sin embargo, éste es un resultado previo sin conocer aún los diferentes campos que se pueden evaluar para la calidad y seguridad alimentaria del servicio a prestar por parte de la Pizzería.
3. Se determinó la viabilidad del proyecto para la creación de la pizzería, esto permitió concluir que el costo promedio ponderado de la inversión inicial es 67.072,55, el monto de 30.237,56 pertenece a un capital propio lo que representa un porcentaje de participación de 43.93% y 36.834,99 crédito con % de participación del 56, 07%. De acuerdo al Estado de Resultado proyectado en los cinco periodos, se observó que la utilidad neta es positiva, es decir que no se experimentarían pérdidas que vayan en perjuicio de la inversión, por lo tanto, lo que a capital propio se refiere y el apoyo del financiamiento bancario se considera adecuado, siendo este proyecto factible.

RECOMENDACIONES

1. La correcta planificación establece la prioridad de cada una de las actividades para tener un mejor control del tiempo y así ejecutar un proyecto con la calidad deseada y con éxito.
2. Implementar el estudio de factibilidad para la creación de una Pizzería en el sector “La Ronda” establecido en este proyecto.
3. Realizar estudios de mercado más profundo sobre la demanda del producto para conocer la competencia y los servicios que esta ofrece, así como productos sustitutos.
4. Diseñar un plan e marketing a partir de las estrategias de comercialización, precio y distribución expuestas en este estudio

BIBLIOGRAFÍA

- Aldaz, N. (2022). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE TIENDA QUE COMERCIALIZA PRODUCTOS PARA MASCOTAS EN LA CIUDAD DE QUITO, SECTOR NORTE*. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/13919/4/UDLA-EC-TMAE-2022-11.pdf>
- Bonilla, R. (2022). *Importancia de la educación financiera y su relación con el bienestar financiero*. Obtenido de <https://rfd.org.ec/docs/2022/estudios/2022%20Estudio%20educaci%C3%B3n%20financiera%20final.pdf>
- Cazorla, M. (2023). *Contexto socioeconómico y legal que favorecen el éxito de emprendimiento en Ecuador*. Obtenido de <https://orcid.org/0000-0002-5200-8499>
- Diario El Comercio. (03 de 10 de 2014). ¿Cuáles son los platos típicos que identifican a Quito? *El Comercio*, pág. 1.
- Espinoza, M. (2020). *EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE SU ACTUAL SITUACIÓN*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/349108465_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_ECUADOR_UNA_REVISION_BIBLIOGRAFICA_DE_SU_ACTUAL_SITUACION
- Fernández. (2021). *Variación interanual del volumen de las ventas de la industria de la moda en España desde febrero de 2017 hasta febrero de 2021*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/478935/variacion-interanual-de-las-ventas-del-comercio-de-la-moda-espana-por-meses/>
- García, R. (2020). *“FACTIBILIDAD DEL MERCADO DE LA EMPACADORA “PEZCRUP S.A.” EN SAN CLEMENTE, AÑO 2020”*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3252/1/TESIS%20FACTIBILIDAD%20STEEVEN%20GARCIA.pdf>

- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito: INEC.
- Moreno, J. (2020). *Qué es un plan de negocios, para qué sirve y objetivos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
- Quiroa, M. (2020). *Estudio de factibilidad*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Ruíz, C. (2022). *Manual de procesos de importación para la comercialización de urea, Empresa Agro Freire, años 2022*. Obtenido de <https://repositorio.uotavalo.edu.ec/handle/52000/567>
- Suarez, G., & Palomeque, F. (2023). *Analizar los factores que debe cumplir el emprendimiento para ser eficiente y eficaz en el marco jurídico ecuatoriano*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/5372>
- Urquizo, P. (2023). *Plan de negocios de la empresa restaurante de comida rápida*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9163/1/T4009-MAE-Urquizo-Plan.pdf>
- Vargas, D. (2020). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COCINA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ*. Obtenido de <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/8348/1/492071-2020-III-GE.pdf>
- Vayas, G., & Escobar, F. (2019). *Diseño de un estudio de factibilidad para la creación de una pizzería en la parroquia Huachi Chico de la ciudad de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/122345673456789/1513>

ANEXOS

ANEXO 1. Formato de encuesta

ENCUESTA	
Indicaciones:	
Responda las siguientes preguntas, marcando con una "x", según considere usted la respuesta más adecuada.	
1. ¿Consume usted PIZZA?	
Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
2. ¿Con que frecuencia consume PIZZA?	
1 vez por semana	<input type="checkbox"/>
2 o 3 veces por semana	<input type="checkbox"/>
Diariamente	<input type="checkbox"/>
Fines de semana	<input type="checkbox"/>
3. ¿A qué tipo de establecimiento acude, usted para adquirir la PIZZA?	
Pizzería	<input type="checkbox"/>
Supermercados	<input type="checkbox"/>
A domicilio	<input type="checkbox"/>
Restaurantes	<input type="checkbox"/>
4. ¿Qué le motiva a usted consumir PIZZA?	
Contenido de nutrientes	<input type="checkbox"/>
Beneficios para la salud	<input type="checkbox"/>
Por el sabor	<input type="checkbox"/>

Otros		
5. ¿Qué características considera importantes al momento de adquirir la PIZZA?		
Precio		
Calidad		
Tamaño		
Marca		
6. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a cancelar por una PIZZA mediana?		
Hasta\$5,00		
Entre \$5,00 a \$7,50		
Más de \$7,50		
7. ¿Le gustaría que en el sector la Ronda se abra una PIZZERÍA?		
Sí		
No		



Núñez Córdor Jessica Paola 24TSADQ2 (1)

2%
Similitudes



1% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Núñez Córdor Jessica Paola 24TSADQ2 (1).pdf
ID del documento: 2d42289acf687b46a492b2898815bb955bfaebcb
Tamaño del documento original: 2,14 MB

Depositante: Evelyn Cadena
Fecha de depósito: 13/9/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 13/9/2023

Número de palabras: 14.160
Número de caracteres: 111.836

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	unilegex.com II > Requisitos para constituir compañías en Ecuador [2023] https://unilegex.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (136 palabras)
2	repositorio.pucesa.edu.ec https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1513/1/76050.pdf	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (94 palabras)
3	gedese.net http://gedese.net/proyects/calidad/CODIGO_ETICO.pdf	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (73 palabras)
4	repositorio.utc.edu.ec Estudio de factibilidad para la creación de una Academia ... http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8397/3/MUTC-001112.pdf.txt	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (44 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #5ab153 ⚠ El documento proviene de otro grupo	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
2	repositorio.pucesa.edu.ec Diseño de un estudio de factibilidad para la creación ... http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1513/3/76050.pdf.txt	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
3	ciencialatina.org Analizar los factores que debe cumplir el emprendimiento para... https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/5372	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
4	repositorio.unesum.edu.ec http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3252/1/TESIS FACTIBILIDAD STEEVEN GARCIA.pdf	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)
5	repositorio.uotavallo.edu.ec Repositorio Digital Universidad de Otavalo: Manual ... https://repositorio.uotavallo.edu.ec/handle/52000/567	< 1%		🔗 Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://www.google.com/maps/search/mapa>
- <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/13919/4/UDLA-EC-TMAE-2022>
- <https://orcid.org/0000-0002-5200-8499>
- https://www.researchgate.net/publication/349108465_EL_EMPRENDIMIENTO