



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

ESCUELA DE GRADUADOS
ESPECIALIDAD EN ALTA GESTIÓN EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y
PUESTA EN MARCHA DE UN NUEVO NEGOCIO (CAPRI PIZZA)”.**

SUSTENTANTES:

GREGORI MARÍA TEJEDA	1997-0654
GABRIELA NÚÑEZ	2012-1185
JULIO DE LA ROSA	2013-1488

ASESOR:

MIGUEL PUENTE

TPG140278

**MONOGRAFÍA PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
ESPECIALIDAD EN ALTA GESTIÓN EMPRESARIAL**

SANTO DOMINGO, D. N.

ABRIL, 2014



**CREACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA EL
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PUESTA EN MARCHA DE
UN NUEVO NEGOCIO (CAPRI PIZZA)**

INDICE

AGRADECIMIENTOS	v
DEDICATORIAS	ix
RESUMEN EJECUTIVO	1
CAPÍTULO I: LA NATURALEZA DEL PROYECTO	
1.1 Naturaleza del Negocio	5
1.2 Justificación de la Empresa	5
1.3 Propuesta de Valor	6
1.4 Nombre de la Empresa	6
1.5 Descripción de la Empresa	7
1.6 Tamaño de la Empresa	7
1.7 Análisis FODA	7
1.8 Misión de la Empresa	9
1.9 Visión de la Empresa	9
1.10 Los Valores	9
1.11 Definición de Equipo Emprendedor	9
1.12 Objetivos de la Empresa	12
1.13 Ventajas Competitivas	13
1.14 Distingos Competitivos	13
1.15 Análisis de la Industria o Sector	13
1.16 Productos y/o Servicios de la Empresa	14
1.17 Calificaciones para entrar al área	14
1.18 Análisis de Porter	14
CAPÍTULO II: EL MERCADO	
2.1 Objetivos De Marketing	18
2.2 Investigación De Mercado	18
2.3. Estudio del Mercado	22
2.3.1 Análisis De La Entrevistas	32
2.3.2 Análisis De La Observación Directa	33
2.4 Distribución y Puntos de Ventas	35
2.5 Promoción del Producto o Servicio	35

2.5.1 Publicidad	35
2.5.2 Promoción de Ventas	36
2.5.3 Marca	37
2.5.4 Etiqueta y Logo	37
2.5.5. Empaque	37
2. 6 Fijación y Política de Precios	38
2.7 Plan de Introducción al Mercado	40
2.8 Riesgos y Oportunidades del Mercado	40
2.9 Sistema y Plan de Ventas.....	42
 CAPÍTULO III: MODELO DE NEGOCIOS	
3.1 Segmento de Mercado	45
3.2 Propuesta de Valor	45
3.3 Canales de Distribución	46
3.4 Relaciones con los clientes	46
3.5 Fuentes de Ingresos o Flujo de Ventas	47
3.6 Recursos Claves	47
3.7 Actividades Claves	47
3.8 Partner Network o Sociedades Claves	47
3.9 Estructura de Costo	48
 CAPÍTULO IV: PRODUCCIÓN	
4.1 Objetivos del Área de Producción.....	51
4.2 Especificaciones del Producto	51
4.3 Descripción del Proceso de Prestación de Servicio	52
4.4 Diagrama de Flujo del Proceso.....	53
4.5 Evaluación de Tecnología	54
4.6 Equipos e Instalaciones.....	55
4.7 Materia Prima	56
4.8 Capacidad Instalada.....	57
4.9 Manejo de Inventarios	58
4.10 Ubicación de la Empresa.....	59
4.11 Diseño y Distribución de Planta	59
4.12 Mano de Obra Requerida	59

4.13 Procedimiento de Mejora Continua	60
4.14 Programa de Producción	61

CAPÍTULO V: ORGANIZACIÓN

5.1 Objetivos de la Organización	63
5.2 Estructura Organizacional	65
5.3 Funciones Específicas por Puesto.....	65
5.4 Captación del Personal.....	69
5.5 Desarrollo del Personal	77
5.6 Administración de Sueldos y Salarios.....	77
5.7 Evaluación del Desempeño	78
5.8 Relaciones de Trabajo.....	79
5.9 Marco Legal de la Organización	80

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 Resumen financiero.....	85
-----------------------------	----

ANEXOS	96
---------------------	-----------

AGRADECIMIENTOS

A Dios que todo lo puede. Él es principio y fin en todas mis acciones.

A Maribel De la Cruz Rodríguez, por su gran contribución basada en la experiencia vivida en las áreas de producción y organización de pizzerías.

Julio De la Rosa

Primeramente quiero agradecer a Dios por darme la salud, la fuerza y la oportunidad de poder alcanzar en este momento unas de mis metas profesionales más apreciadas. Gracias mi Dios.

A mi padre, Marcos Tejeda, por ser siempre mi gran sostén a lo largo de toda mi vida, disfrutando y celebrando todos mis éxitos. Gracias Papi.

A mi madre, Cruz Ramírez de Tejeda, por ser una madre ejemplar y abnegada, siempre acompañándome y apoyándome en todos los proyectos que emprendo en mi vida profesional y personal. Gracias Mami.

A mi hermana Ana Tejeda, aunque estás lejos siempre he recibido de ti tu apoyo incondicional y sé que estás disfrutando este éxito junto conmigo. Gracias querida.

A mi hermana Cruz del Alba Tejeda, que siempre ha estado junto a mí apoyándome y orientándome en todos los nuevos proyectos que emprendo en mi vida. Gracias Cruma.

A mis compañeros de monográfico, Don Julio y Gabriela, gracias por ser parte de mi equipo y compartir todos sus conocimientos y experiencias profesionales para llevar a cabo este trabajo final.

Gregori María Tejeda

A Dios, por estar conmigo siempre.

Mis Padres, por ser mi norte, dirección, apoyo incondicional en todo momento en la realización de la especialidad y este curso de monográfico, así como en todos mis proyectos de vida.

Mis Hermanos, por su colaboración en la obtención de información y compañía.

Jonathan Vásquez, por su infinita paciencia, ayuda y estar a mi lado en todo momento.

A todos mis compañeros y amigos que formaron parte de este proceso de formación y siempre se quedaran en mis recuerdos.

Gabriela Núñez

DEDICATORIAS

Para todos los emprendedores de negocios, específicamente para aquellos del área de producción, esperando en nuestro señor Todopoderoso que le sea de mucha utilidad en la toma de sus decisiones.

Para mi fenecida madre, Ana Victoria Carrasco Sánchez, porque sé el valor que ella le hubiese dado en vida.

Para mi padre, Julio de la Rosa De Jesús porque siempre me dio todo lo que necesitaba.

Para mi esposa, Jacqueline Pérez de De la Rosa y mis hijos, Julio, Fernando Javier y Ana Gabriela, porque ellos son la razón de mi existir.

Julio De la Rosa

Este trabajo es dedicado con todo mi amor a mi familia: Mis padres, mis hermanas, mis sobrinos, mi cuñado, los cuales han estado siempre conmigo y disfrutan cada uno de mis éxitos alcanzados.

Lo voy a dedicar también a una persona muy especial, a mí misma, porque he puesto todo mi esfuerzo y dedicación para poder alcanzar esta meta que me propuse a comienzos de año 2013. No fue nada fácil, pero Dios me dio la fuerza suficiente para poder culminar con éxito este camino. Por esta razón, hoy disfruto junto a mis familiares mi triunfo.

Gregori María Tejeda

Agradezco inmensamente a todas las personas importantes en mi vida, que estuvieron a mi lado siempre brindándome su cooperación, ayuda, consejos y motivándome a seguir adelante; ahora es mi turno de retornar un poco de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi amor este trabajo monográfico es dedicado a:

Mis padres: Ramón Núñez y Ana Silvia Pérez

Mis hermanos: Freydi Núñez y Yanerys Solandy Núñez

Mi novio: Jonathan Vásquez

Mis triunfos también son suyos.

Gabriela Núñez

RESUMEN EJECUTIVO

Resumen Ejecutivo

Desarrollar una empresa en una industria fragmentada, consolidada y con una gran cantidad de competidores directos (producto principal) e indirectos (productos sustitutos) puede generar cierta preocupación, pero en el caso de la constitución de Capri Pizza se debe considerar el hecho de que haremos la entrega del producto en el tiempo prometido al cliente, también le daremos la libertad para que puedan elegir la cantidad, el tipo y el orden de los ingredientes sin importar el tamaño de la pizza. Adicional a esto, para aquellas personas que prefieren la pizza con ingredientes bajos en grasas y calorías, también lo tendremos en nuestro menú a su disposición. Nuestra idea es brindar un producto terminado de alta calidad y variedad en un ambiente agradable.

Es tiempo de ser incluyente y de que los consumidores puedan tener la libertad de elegir la preparación de su pizza y sus ingredientes, la cual puede ser normal o con bajos contenidos de grasas y carbohidratos, por tal razón nos esforzaremos para que dichos consumidores siempre gocen de estos privilegios, ya que es la clave de nuestro éxito.

Actualmente el mercado de las pizzas mantiene a sus consumidores bajo un esquema de opciones a elegir que regularmente son manejadas mediante ofertas, también casi siempre no son incluyentes, en el sentido de que no contemplan en su menú ingredientes para personas especiales. En todo momento brindaremos a nuestros clientes un trato personalizado, haciéndole llegar un producto sin intermediario.

Los emprendedores de la idea de negocios son tres profesionales de Administración de empresa y mercadeo, todos con una especialidad en Alta Gestión Empresarial y experiencia en dirección de personal.

Nuestra propuesta de negocio está diseñada para recibir grandes beneficios, y una muestra de ello es que con una inversión de \$3, 333,573.25 se espera que en el primer año haya un ingreso por ventas de \$7,500,000.00, con un total de costos y gastos de \$2,890,251.00 y \$2,854,441.00 respectivamente,

quedando unas ganancias después de impuestos de \$1,078,442.00. El flujo de caja para dicho período será de \$90,919 y un rendimiento sobre la inversión de 53%.

La inversión inicial se recuperará en 2 años y 5 meses. Los inversionistas o propietarios de la empresa devengaran un sueldo y recibirán el 10% de la ganancias durante los tres primeros años, luego de este período, continuaran devengando el sueldo y obtendrán el 40% de las ganancias de la empresa.

CAPÍTULO I

LA NATURALEZA DEL PROYECTO

1.1 Naturaleza del Negocio

La idea de nuestro proyecto consiste en la apertura de una pizzería en la zona de Santo Domingo Este, ofreciendo a nuestros clientes calidad, innovación y buen servicio en nuestros productos, para así poder satisfacer sus necesidades.

Nuestra idea se fundamenta en el hecho de brindar comida rápida de alta calidad y variedad en un ambiente amigable, donde los clientes se sientan en libertad para seleccionar los ingredientes que prefieran y como lo prefieran para la preparación de su orden. El fin es que se sientan ser parte de nuestro negocio. Iniciaremos la empresa con la producción y distribución de pizza en el sector de Hainamosa de dicha zona.

1.2 Justificación de la Empresa

Este proyecto surge porque pudimos observar el significativo crecimiento de población que ha tenido en los últimos años la zona de Santo Domingo Este.

También nos motivó el que cada día más las familias buscan un lugar que pueda ser acogedor y pueda reunirlos para degustar de productos de alta calidad y diversidad de ofertas a precios muy asequibles.

Nuestra finalidad es ofrecer a nuestros clientes productos innovadores, que puedan satisfacer sus necesidades y a la vez que puedan encontrar en nuestra pizzería un trato amable, cordial y rápido a diferencia de nuestros competidores. Adicional a esto, para aquellas personas especiales que prefieren o deben consumir alimentos bajos en calorías y grasas le ofreceremos un menú donde ellos podrán seleccionar a su gusto.

1.3 Propuesta de Valor

En el estudio de mercado pudimos identificar que la mayoría de los encuestados le gustaría recibir un producto terminado con calidad e higiene, por tal razón escogimos la “novedad” como propuesta de valor.

Para cumplir con esto, al entregar nuestro producto desarrollaremos las siguientes actividades:

- Haremos la entrega del producto en el tiempo prometido al cliente. Para esto tendremos un sistema de supervisión continúa bajo la responsabilidad de empleados que asumirán esta función de manera íntegra, y así cumplir eficazmente lo ofrecido.
- El cliente podrá hacer requerimiento en la preparación del producto, ya que pondremos a su disposición los ingredientes que desean que contenga su pizza, solo el cliente escogerá y podrá acercarse a nuestro counter de pedidos para mandarla hacer. Cabe destacar que dependiendo del tamaño de la pizza estos ingredientes estarán agrupados por costo y cantidad, sin embargo, el cliente podrá sugerir la cantidad y tipo de ingredientes que desee, sin importar el tamaño del producto.
- Incluiremos en nuestro menú ofertas para aquellas personas especiales, tales como pizzas con ingredientes bajos en grasas y caloría.

1.4 Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa es Capri Pizza. Escogimos en razón de que Capri es una Isla de Italia, país de donde son oriundas las pizzas. Adicional a esto, podemos decir que la Isla de Capri es un lugar acogedor y esto es lo que queremos ofrecerle a nuestro clientes, un lugar donde puedan pasar un agradable momento en familia y puedan disfrutar de nuestro producto.

1.5 Descripción de la Empresa

Nuestra empresa está ubicada dentro de la Industria de A & B, la cual se encargará de ofrecer a nuestros clientes la mejor Pizza del mercado. Además ofrecerá una gran variedad de ofertas dirigidas a personas que les gusta la pizza pero conteniendo ingredientes más saludables.

Como ocupación secundaria estará la comercialización, ya que todas las bebidas y otras mercancías solicitadas por los clientes mientras consumen una pizza serán adquiridas como productos terminados.

Adicional a esto, se dispondrá el espacio para la celebración de cumpleaños como beneficio a los clientes con mayor consumo durante el mes. Además será destinado para alquilar el espacio a particulares para festejar cumpleaños y otros tipos de eventos.

1.6 Tamaño de la Empresa

Según lo que expresa la Ley 488-08, que establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), nuestra entidad estará clasificada como Microempresa, ya que tendrá menos de 15 empleados.

La empresa estará ubicada en el Sector de Hainamosa.

1.7 Análisis FODA

Fortalezas

- Servicio más rápido.
- Ubicación accesible al público.
- Excelente calidad e higiene en el producto.
- Empleados altamente capacitados.
- Disponibilidad de recursos financieros durante el 1er. año de operaciones.

Oportunidades

- Expandirnos hacia otros territorios.
- Poder adquisitivo de nuestro blanco de público.
- Necesidad en el mercado de productos hechos con ingredientes más saludables.
- Según nuestra investigación el 50% no frecuenta de manera regular una pizzería en particular, por lo que presenta un atractivo mercado a captar.
- El 98% acepta el hecho de tener una pizzería cerca de su casa, por lo que tener una ubicación accesible a este mercado es nuestra gran oportunidad.

Debilidades

- Es una empresa nueva.
- Posee un solo establecimiento en sus comienzos.
- No tiene una marca reconocida en el mercado.
- Recursos económicos limitados después del primer año.
- No existen relaciones de negocio con los proveedores de la materia prima y otras mercancías.

Amenazas

- Tendencias desfavorables en el mercado.
- Aumento de precios en los insumos.
- El aumento de la prima del dólar.
- Cambios políticos.
- Competencia consolidada en el mercado.
- Entrada de nuevos competidores.
- Que nuestro producto no sea aceptado.

1.8 Misión de la Empresa

Ofrecer productos de alta calidad para toda la familia, brindándole un excelente servicio y trato personalizado, donde puedan recrear un ambiente que puedan sentirse en familia y degustar la pizza que prefieran a su gusto y especificaciones.

1.9 Visión de la Empresa

Ser una empresa reconocida a nivel nacional, logrando la satisfacción total y la fidelización de los clientes a nuestro producto.

1.10 Los Valores

- **Respeto:** las opiniones y sugerencias de nuestros clientes internos y externos deben ser valoradas cada momento, en todo lugar y circunstancias.
- **Afabilidad:** tratar a todos nuestros clientes con amabilidad y atención.
- **Integridad:** reconocer nuestros errores, como individuo y como empresa.

1.11 Definición de Equipo Emprendedor

JULIO DE LA ROSA CARRASCO

Formación académica

2005-2012 **Licenciado en Administración de Empresas**

Universidad del Caribe

1991-1994 **Oficial de Infantería**

Academia Militar de las Fuerzas Armadas "Batalla de las Carreras"

1989-1990 **Bachiller en Ciencias Físicas y Naturales**

Liceo Sec. Prof. Pedro Ant. Pimentel y López

Cursos **Diseño de Marco Lógico y Planes Operativos:** 19-07-2012
Fundación de proyectos para el desarrollo

Formulación y evaluación de proyectos: 26-03-2012

Instituto Nacional de Administración Pública

Avanzado de Infantería: 10-03-2006

Escuela de Infantería para Oficiales, Dirección General de
Entrenamiento Militar, E.R.D.

**Curso Medio de Derechos Humanos y Derecho
Internacional Humanitario:** 16-08-2005

Fortalezas:

- Iniciativa en las tomas de decisiones.
- Autocontrol.
- Innovador
- Abierto a las opiniones de los demás.
- Organizado.
- Paciente.
- Capacitado en el área administrativa.
- Manejo de la computadora.

Debilidades:

- No hago muchas amistades.
- Primero veo lo peor de las cosas, antes de ver lo mejor.
- No me interesa el ascenso de jerarquía.
- Me gusta trabajar solo.
- Solo hablo un idioma.

GREGORI MARIA TEJEDA RAMIREZ

Formación Académica

- **Estudios Básicos:** Colegio Madre Mazzarrello 1980-1990
- **Estudios Intermedios:** Oratorio María Auxiliadora 1990-1994
- **Estudios Universitarios:** Universidad Apec 1997-2003

Cursos Realizados: Relaciones con los Clientes, Taller de Servicio al Cliente y Competitividad, Seminario Dominico-Venezolano de Servicio al Cliente, Seminario de Apoyo a la Implementación de Estrategias BHD 2000, Visitador a Médico, entre seminarios.

Software que manejo: Microsoft Word, Excel, Power Point, Access, Publisher, Outlook e Internet.

Idiomas: Español

Inglés Intermedio

Fortalezas

- Soy inteligente.
- Dedicada.
- Trabajadora.
- Competente en mis funciones laborales.
- Amable, simpática.
- Valoro extremadamente a mi familia.
- Me trazo objetivos y metas para alcanzar.

Debilidades

- Impaciente.
- Demasiado perfeccionista.
- Un poco impulsiva.
- Pienso que las personas deben ser como yo.



GRABRIELA NUÑEZ

Formación Académica

Estudios Básicos: Colegio Señorita Elupina Cordero

Estudios Medios: Liceo Secundario Virginia Pou

Estudios Universitarios: Universidad Dominicana O&M

Cursos:

- Contabilidad: Instituto José Reyes
- Servicio al Cliente: Instituto José Reyes
- Caja Computarizada: Instituto José Reyes

Fortalezas: Me considero ser una persona responsable, diligente, tolerante, empática, buenas actitud hacia el trabajo, con buenas relaciones humanas, disciplinada, me adapto a mi entorno, muy observadora.

Debilidades: Considero que en ocasiones soy una persona tímida, orgullosa, muy dormilona, muy exigente, posesiva.

1.12 Objetivos de la Empresa

A. Corto Plazo (6 meses): Introducir nuestra empresa en el mercado de la pizzería y darnos a conocer para poder competir en dicho mercado.

B. Mediano Plazo (1 año): Conseguir la aceptación en el mercado realizando estrategias de innovación continua para nuestro producto, con la finalidad de obtener mayor crecimiento económico.

C. Largo Plazo (3 años): Permanecer en el mercado y continuar expandiendo la distribución del producto hasta lograr alcanzar la totalidad de nuestro mercado meta.

1.13 Ventajas Competitivas

- Es una nueva modalidad la selección del tipo, la cantidad y el orden de los ingredientes que deben llevar las pizzas por parte del cliente.
- Pizzas con bajo contenido de grasa y carbohidrato para aquellas personas especiales.

1.14 Distingos Competitivos

- Alta calidad del producto y el servicio.
- La caja contiene papel encerado dentro para garantizar la higiene durante el contacto de la pizza con la misma.
- Bonos acumulativos por consumo para la celebración de cumpleaños con un porcentaje de descuento.
- Entrega de la orden en el tiempo prometido.

1.15 Análisis de la Industria o Sector

República Dominicana es una de las economías del Caribe y Centroamérica con mayor dinamismo. En la mayoría de los casos, cuando la gente alude a esa realidad, casi siempre lo hacen refiriéndose al ritmo de crecimiento de la economía, que por décadas ha sido de los más elevados en todo el continente, y hasta en el mundo.

Pero, ese dinamismo que caracteriza la economía dominicana también surge en otras mediciones de la misma, tal como es el caso del consumo.

Según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas, éstas son las características de consumo de la población dominicana del sector de Alimentos y Bebidas:

- Alimentos y bebidas no alcohólicas: RD\$132,438,943,404 (US\$4,000 millones).
- Restaurantes y hoteles: RD\$85,451,219, 388 (US\$2,600 millones).
- Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes: RD\$15,792,427,992 (US\$471 millones).

1.16 Productos y/o Servicios de la Empresa

- Pizzas regulares.
- Pizzas con bajo contenido en grasas y calorías.
- Bebidas refrescantes, carbonatadas y alcohólicas.
- Servicio de salón para la celebración de cumpleaños.

1.17 Calificaciones para entrar al área

- Conocimientos en el área de administración.
- Conocimientos en el área de mercadeo.
- Conciencia de la calidad e higiene en la preparación del producto.

Poseemos estas calificaciones debido los estudios de grado cursados anteriormente y los estudios de postgrado que actualmente estamos finalizando.

Adicional a esto, contaremos con personas que tiene experiencia en la administración de Pizzerías y que nos va proporcionar asesoría y apoyo en las áreas que necesitemos para llevar en marcha este proyecto.

1.18 Análisis de Porter

1. Riesgo de ingreso de competidores potenciales

Debido a lo grande, flexible y variado que es la industria de alimentos y bebidas podríamos decir que es una de las causas para que el riesgo de ingreso de competidores potenciales sea bajo.

La otra causa es que al parecer los competidores establecidos no se preocupan por construir barreras para elevar el riesgo de entrada.

En el estudio de mercado que realizamos quedó comprobado que las barreras de ingreso de competidores potenciales en el mercado de las pizzas es tan solo de un 50% de los consumidores existentes en Santo Domingo Este que visita de manera regular una pizzería en particular.

En vista de que somos una empresa insipiente aprovecharemos esta brecha para penetrar a la industria de alimentos y bebidas y por ende al mercado de las pizzas.

2. Rivalidad entre las empresas establecidas

Reconocemos que nuestro negocio pertenece a una industria fragmentada y que por ello puede haber momentos de crisis económicas ocasionadas por la gran cantidad de competidores potenciales, seguidos por las guerras de precios. Para contrarrestar esto trataremos de diferenciar nuestro producto de los demás competidores y minimizar los costos, a fin de lograr la rentabilidad en la etapa de auge y sobrevivir durante las crisis económicas.

3. Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los compradores o clientes es bastante alto, por las siguientes razones:

- El cliente puede cambiar de proveedor con facilidad debido al bajo costo que esto representa para él.
- El cliente tiene la facilidad de elaborar la pizza en su hogar.

4. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es bastante alto, por las siguientes razones:

- El producto que los proveedores venden tiene pocos sustitutos y es vital para nuestra empresa.
- Las compras de una empresa no afecta de manera significativa la rentabilidad de los proveedores.

Los proveedores pueden amenazar con ingresar a la industria de sus clientes y usar sus insumos para generar productos que competirían con los de nuestra empresa.

5. Amenaza de Producto Sustituto

Podríamos decir que esta amenaza es alta debido a la gran cantidad de producto sustituto existente del nuestro, dentro de los que podemos mencionar los siguientes: las reposterías, pica pollos, restaurantes, locales de ventas de comidas criollas y chinas, panaderías, cafeterías, etc.

6. Amenaza de productos complementarios

Esta amenaza es baja debido a la gran cantidad de proveedores existentes. Nos aseguraremos de tener todos los productos complementarios para el consumo de pizzas, como son: bebidas refrescantes, carbonatadas y alcohólicas.

CAPÍTULO II

EL MERCADO

2.1 Objetivos De Marketing

- A. **Corto Plazo** (6 meses): Competir en el mercado de comida rápida en el sector de Hainamosa y zonas aledañas alcanzando niveles de venta de 7,868 pedazos al mes.
- B. **Mediano Plazo**: (1 año): Distribuir el producto en centros educativos e instituciones públicas y privadas, esperando que las ventas alcancen 9,048 porciones mensuales.
- C. **Largo Plazo**: (3 años): Continuar expandiendo la distribución del producto hacia otros sectores de Santo domingo Este, logrando niveles de ventas de 13,120 pedazos de pizzas mensualmente.

2.2 Investigación De Mercado

A. Tamaño del Mercado

Segmento del Mercado: Nuestro segmento de mercado estará ubicado en Santo Domingo Este. Estaremos enfocados a hombres y mujeres entre las edades de 20 a 65 años y clases sociales A, B y C.

B. Característica del Segmento del Mercado.

- ✓ Personas que le gusta consumir pizza por lo menos una vez al mes.
- ✓ Personas que prefieren un lugar cercano en su entorno para comer una comida rápida.
- ✓ Personas que les gusta compartir en familia o estar reunidos en un lugar adecuado.
- ✓ Padres de familia que le gusta llevar a sus hijos a comer pizza y a compartir.

C. Consumo Aparente

Nuestro segmento de mercado está ubicado en Santo Domingo Este.

Hombres	Mujeres	Población Total	Clase Social	Porcentaje
385,253	414,999	800,252	A y B	13%
			C	21%

- El número de clientes potenciales es de: Nuestro clientes potenciales es de 272,086.
- El consumo unitario aparente por cliente es de:
 - ✓ 5, 441 personas lo consumirían 2 dos veces a la semana.
 - ✓ 38,092 personas lo consumirían 1 vez a la semana.
 - ✓ 108,834 personas lo consumirían quincenalmente.
 - ✓ 92,509 personas lo consumirían mensualmente.
 - ✓ 27,209 personas lo consumirían ocasionalmente.
- El consumo mensual del mercado es de 516,971 veces.
- El consumo unitario aparente por cliente es de:
 - ✓ 36,188 personas consumirían 1 pedazo por mes.
 - ✓ 93,055 consumirían 1 pizza personal.
 - ✓ 87,885 consumirían 1 pizza mediana.
 - ✓ 299,843 consumirían 1 pizza grande.
- El consumo mensual aparente del mercado es de 3, 934,148 pedazos

D. Demanda Potencial

Basado en las investigaciones relacionadas con el comportamiento de la población de Santo Domingo Este se establecerá que en él:

- **Corto Plazo:** Para que la empresa sea rentable tiene que cubrir el 0.2% del mercado potencial de las pizzas en Santo Domingo Este. Esto significa una producción total mensual de 7,868 pedazos.
- **Mediano Plazo:** Se espera un crecimiento de un 15%, al iniciar la distribución del producto en centros educativos e instituciones públicas y privadas. Este incremento nos llevará a una producción de 9,048 unidades.
- **Largo Plazo:** Con un crecimiento de un 45%, se esperan ventas de 13,120 pedazos mensuales de pizzas, al iniciar la distribución hacia otros sectores de Santo domingo Este.

E. Participación de la Competencia en el Mercado

Nombre del Competidor	Ventajas Competitivas	Desventajas
Pizzarelli	• Unas de las primeras pizzerías locales. • Buen posicionamiento a nivel nacional. • Buena calidad en sus productos	• Retraso en la entrega de los pedidos.
Pizza Hut	• Primera franquicia internacional de Pizza en el país. • Primeros en centralizar los pedidos por deliverys a través de un call center. • Primeros en ofertar nuevas opciones de ingredientes. • Variedad de productos	• Retraso en la entrega de los pedidos.
Dóminos Pizza	• Mayor número de sucursales a nivel nacional. • Diversidad de productos además de su producto principal	• Retraso en la entrega de los pedidos.
Papa Johns	• Ingredientes de calidad y fresca. • Cuentan con menú para niños. • Variedad de productos	• No tienen mucha presencia a nivel nacional. • Retraso en la entrega de los pedidos

Nombre de Competidor	Ventajas Competitivas	Desventajas
Pizza House	• Producto con precio asequible. • Primeros en ofertar un 2 X 1 todos los días.	• No ofrece al cliente otros productos. • Baja calidad.
Pala Pizza	• Programa dirigido a estudiantes de 4to. Curso para su promoción(Pala Promo) • Unos de los pioneros en incursionar el servicio a domicilio. • Pizzería nacional con mayor cantidad de sucursales a nivel nacional.	• Retraso en la entrega de los pedidos. • Calidad regular.

2.3. Estudio del Mercado

a) Definición de acuerdo al cliente del producto.

Ofrecemos a nuestros clientes potenciales una pizza de alta calidad que satisfaga su necesidad de consumir una comida rápida, pero a la vez llene sus expectativas. Brindaremos calidad, higiene y rapidez en la entrega del producto y que el cliente pueda recibir opciones novedosas al consumir en nuestra pizzería.

b) Información que se busca obtener en el estudio de mercado.

- Conocer quiénes son nuestros clientes reales.
- Investigar con qué frecuencia consumen el producto.
- Identificar la cantidad y la variedad del producto que el cliente normalmente consume.
- Conocer si le gustaría la apertura de una nueva pizzería.
- Conocer que opciones novedosas le gustaría que le ofreciera esta pizzería.

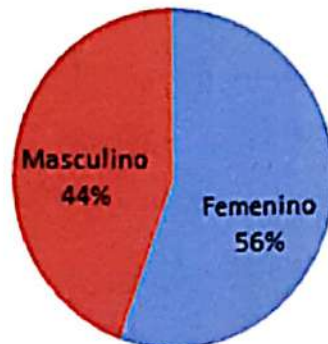
c) Aplicación de la Encuestas

La información se obtuvo mediante encuestas personales aplicadas en Santo Domingo Este. Los encuestados fueron hombres y mujeres, entre las edades 20 a 65 años. El número de encuestas fue de 198, según nuestra muestra. Utilizamos un margen de error de 0.07, un nivel de confianza de 1.96 o 95%. La encuesta fue realizada por los integrantes del grupo.

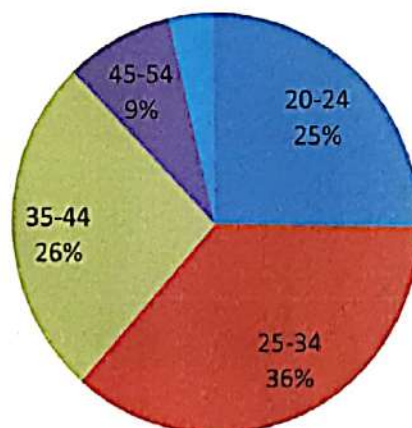
Dentro de nuestra investigación de campo se realizaron 5 entrevistas a igual número de personas con una vasta experiencia en el área de administración de Pizzería. También observación directa a 3 de nuestros competidores que ofertan el mismo producto.

DATOS DEMOGRÁFICOS

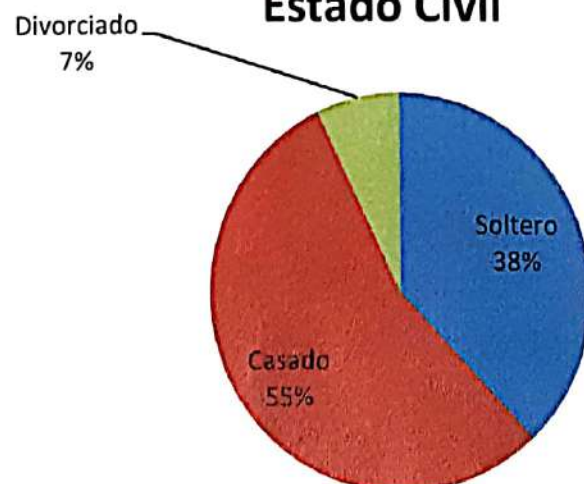
Sexo



Edad



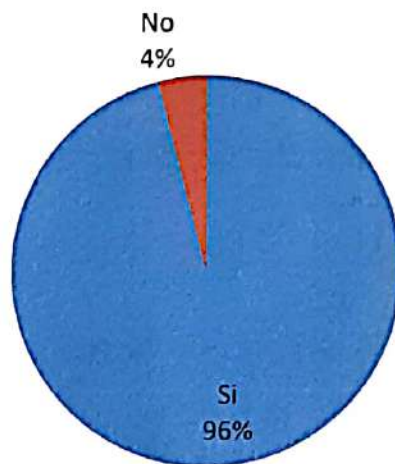
Estado Civil



Según el estudio de campo realizado pudimos constatar que nuestro segmento de mercado son hombres y mujeres con un 44 y 56 por ciento respectivamente. En el caso de las edades con los rangos de mayor porcentajes fueron entre 25 y 34 años con un 36%.

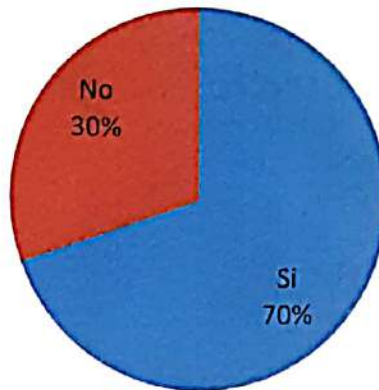
También nos arrojó que el 55% de personas unidas en matrimonio lo podemos aprovechar para crear fidelidad en el consumo de marca de la familia, en el sentido de que aquellos clientes nuestros que aún no tengan hijos, al momento de tenerlo y ostenten la edad suficiente para consumir una pizza, la consuman en nuestro establecimiento.

Consumo de Pizza



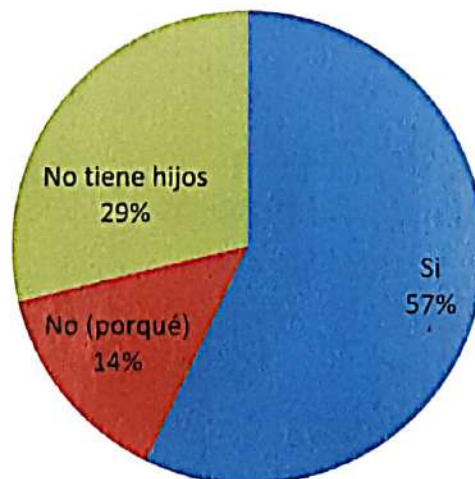
Un 96% de los encuestados no informó que consume pizza, esto nos indica que este producto es muy demandado y consumido por una gran cantidad de personas de nuestro mercado meta.

Usted tiene hijos?



Como el 70 % de nuestro mercado meta tiene la responsabilidad de darles a sus hijos distracción y entretenimiento, podemos decir sin temor a equivocarnos que esto garantiza la asistencia en familia a las pizzerías, sin importar su estado civil. Se puede aprovechar esta situación para atraer este tipo de consumidores hacia nuestro negocio.

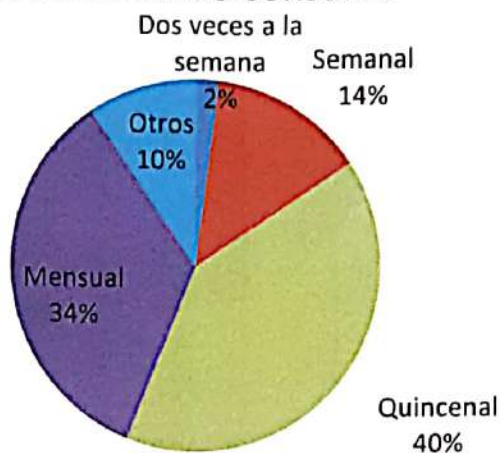
Lleva usted a su s hijos a comer pizza?



Este 57% nos indica que más del 80% de nuestro mercado meta optan por llevar a sus hijos a compartir y degustar el producto.

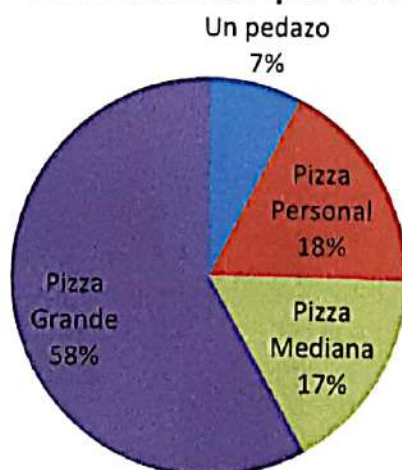
Esta información podemos utilizarla de manera positiva para realizar estrategias enfocadas a los niños, para que se sientan más atraídos por nuestra pizzería.

Frecuencia de Consumo



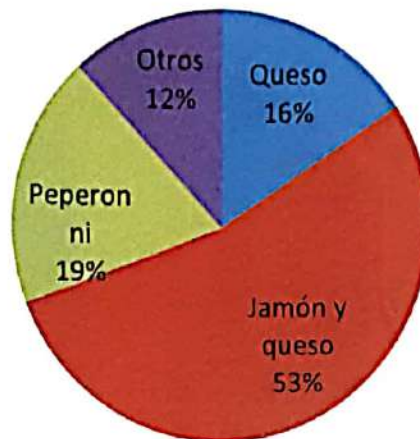
Esta información es de suma importancia, ya que con ella podemos determinar el tamaño del local, la cantidad de materia prima requerida y la fuerza laboral.

Cantidad de Pizza que compra



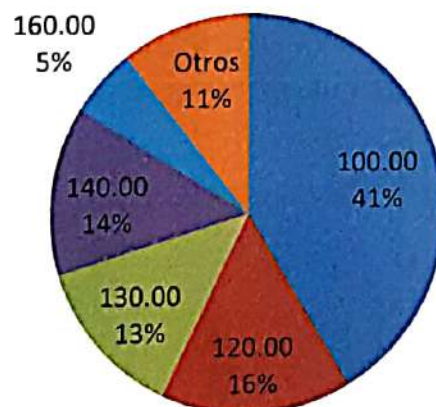
La cantidad de pizza más demandada por nuestros encuestados fue la pizza grande, lo cual reafirma la asistencia en familia a los establecimientos o son pedidas a través de los deliverys si están en su residencia o en cualquier otro lugar.

Ingredientes favoritos



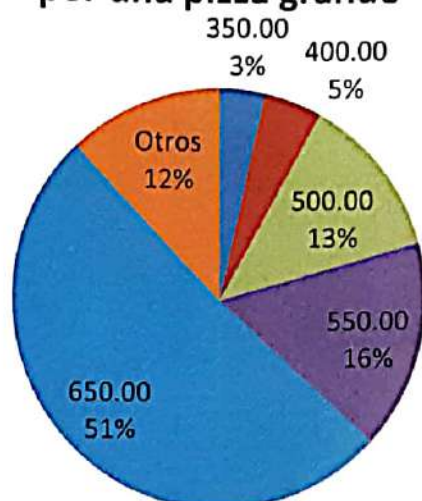
Este 53% de preferencia del jamón y queso nos dice que si en algún momento falta uno de estos ingredientes las ventas pueden bajar más del 50%.

Precio que estaría dispuesto a pagar por pedazo de pizza



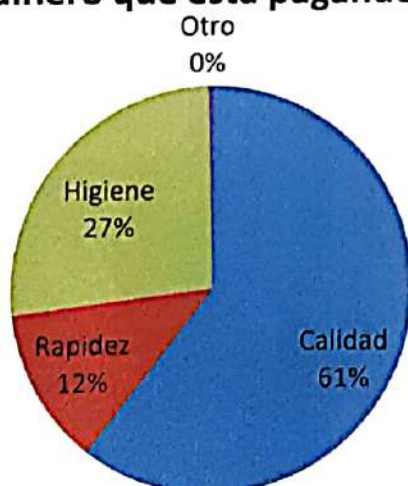
El precio de venta por pedazo no debe sobrepasar los 100.00 pesos y el precio de las unidades que componen una caja debe ser menor.

Precio que estaría dispuesto a pagar por una pizza grande



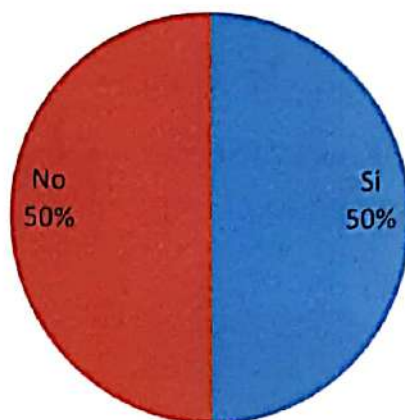
El 51% de los encuestados está decidido a pagar 650.00 pesos para la Pizza Grande. Esto comprueba nuevamente que los consumidores lo prefieren hacer en grupos, ya sea en familia, amigos o grupos de negocios. Lanzaremos estrategia enfocadas al consumo colectivo y la unión de la familia.

Que estaría dispuesto a recibir por el dinero que está pagando?



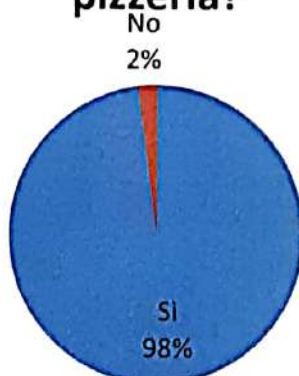
Aunque la calidad y la higiene son dos expresiones diferentes en este tipo de producto, ambas van de la mano, por consiguiente debemos evitar desencanto y decepciones del 88% del mercado.

Actualmente tiene una pizzeria que frecuente?



Esta información la podemos utilizar de manera positiva, ya que al momento de salir al mercado tenemos la oportunidad de colocarnos en la preferencia de estos clientes que todavía no tienen una preferencia definida. Esto lo podemos lograr realizando estrategias adecuadas en nuestra apertura.

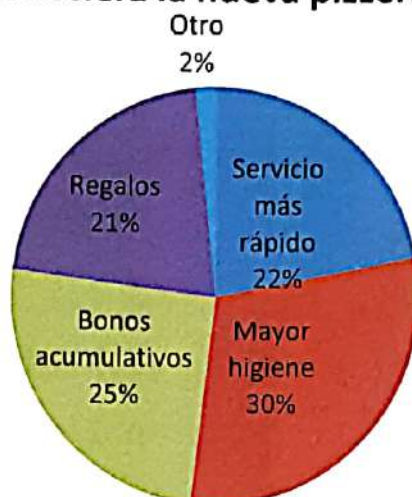
Le gustaría tener cerca una nueva pizzeria?



El 98% nos dice que hay 48% del mercado que a pesar de tener una pizzería cerca desea otra.

Según los datos obtenidos por nuestros encuestados las pizzerías están localizadas en plazas o centros comerciales y deben desplazarse hacia un lugar lejano porque no pueden encontrar una buena oferta cercana a su sector.

Opciones Novedosa que le gustaría que ofreciera la nueva pizzeria



En vista de que la higiene será involucrada como parte de los valores de empresa, utilizaremos los bonos acumulativos y los regalos para la atracción de nuevos clientes.

2.3.1 Análisis De La Entrevistas

Fueron entrevistados cinco personas con vasta experiencia en la administración de pizzería. Pudimos constatar con las preguntas realizadas a los entrevistados las siguientes informaciones:

- 1) Los días de la semana de mayor venta son los fines de semana, específicamente los domingos. La razón fundamental es la de ser un día no laborable, y por ende propicio para compartir en familia.
- 2) Los días de la semana de menores ventas son los laborales, particularmente de lunes a miércoles.

Esto puede variar dependiendo si en estos días hay un evento especial o es un día feriado. Normalmente para estos días que son de bajas ventas se realizan ofertas para motivar el consumo.

- 3) Los entrevistados nos informaron que las ventas con deliverys son más elevadas principalmente los días laborales, o sea, de lunes a jueves, ya que las personas prefieren quedarse en sus casas o en los lugares donde se encuentran. A diferencia de los días de fin de semana que les gusta dirigirse también a los establecimientos, se podría decir que los fines de semana las ventas con deliverys y en los establecimientos son similares.

- 4) Los entrevistados coincidieron en que existen algunos factores que pueden incidir en que el consumo de pizza sea mayor. Entre estos factores podemos mencionar la edad, ya que nos indican que en los niños y los adolescentes el consumo es más alto que una persona de mediana edad o mayor de 50 años.

También nos informaron que la ocupación también influye, ya que las personas que laboran en oficinas son más propensas a consumir pizza que los que desempeñan otro oficio u ocupación.

Las creencias religiosas y la ubicación geográfica fueron los dos factores que según los entrevistados son los que menos influyen en el consumo de pizza.

2.3.2 Análisis De La Observación Directa

Escogimos para nuestra observación directa tres de nuestros competidores, Pizza House, Dómino Pizza y Pizzarelli. La finalidad de nuestra observación era poder ver cuál es el movimiento de las tiendas y el comportamiento de los consumidores.

1) En nuestra primera observación al establecimiento de Pizza House pudimos constatar que aunque fue un lunes hubo mucha afluencia de clientes, aproximadamente 13 clientes, en un periodo de 1 hora, ya que ellos tienen una oferta llamada el Cajetazo que se compone de una Pizza grande de 12 pedazos y 1.5 litros.

Estos clientes en su mayoría tenían como preferencia las pizzas de jamón y queso, peperonni y maíz. Por ser el día de la oferta el Cajetazo lo que más solicitaron la mayoría de ellos fue la oferta del día. Varios de estos clientes compraron por pedazos, pero fueron en su minoría. En cuanto al comportamiento del cliente de comer en el establecimiento o llevársela, pudimos observar que la mayoría se quedó en la pizzería y solamente un cliente la pidió para llevar.

Con esta observación pudimos determinar que a los clientes de la zona les gusta aprovechar las ofertas por lo que entendemos que las ofertas pueden formar parte de nuestra estrategia hacia los clientes. Además, como los clientes usualmente les gusta quedarse a comer en la pizzería sería bueno enfocar nuestros esfuerzos a la atención al cliente personalizada.

2) En el caso de Dóminos Pizza, en La Sirena, se pudo observar y confirmar que aunque era sábado, no hubo mucha afluencia de personas. Esto nos confirma lo que nos informaron los entrevistados.

Fueron aproximadamente tres personas en un lapso de una hora y solamente se quedó una sola persona a comer en el establecimiento, los demás al parecer la pidieron con anterioridad y pasaron a recogerla.

Los resultados de esta observación nos obliga a enfocar nuestras estrategias de ofertas no solo para los días que normalmente se tiene menos movimientos, que usualmente son los días de comienzo de semana, sino también para los días que podemos ver en nuestro establecimiento que no hay mucha afluencia de personas. Se puede colocar ofertas por horarios de 2 a 3 horas para incentivar el consumo.

3) En el caso de Pizzarelli fue notable la clientela fija proveniente de las oficinas empresariales instaladas en Megacentro, las cuales al parecer consumen el producto de manera rutinaria y pagado por sus empleadores, esto se puede afirmar porque fuimos testigo del pago por adelantado de una gran cantidad de pizza por parte de dos empleados de la empresa de telecomunicaciones "Claro".

Mediante esta observación se comprobó lo dicho en la entrevista por la gerente de ese local, en el sentido de que el día menos movido es el martes y el más movido el domingo. También se observó que las personas que asisten a la pizzería lo hacen en grupos familiares de amigos, principalmente adolescentes.

Las pizzas más solicitadas fueron de jamón y queso y el especial de pizzones los lunes, el cual, en su mayoría lo hacen acompañar de un refresco de cola, rojo, amarillo. Durante toda la observación a esta pizzería que fue de aproximadamente de 1 hora y 12 minutos, solo una persona acompañó la pizza con un jugo.

Con esta observación podemos decidir enfocar nuestra estrategia de ventas al blanco de público empresarial cercano a nuestro entorno.

2.4 Distribución y Puntos de Ventas

El sistema de distribución seleccionado es productor y consumidor final, ya que es un producto de consumo y será producido y entregado al cliente sin intermediarios. El producto será entregado de dos maneras: Cuando el cliente asista al establecimiento o cuando lo pida para que le llegue al destino que prefiera, pero en los dos casos será entrega personalizada.

Diseño del Proceso

Productor → Consumidor Final

2.5 Promoción del Producto o Servicio

2.5.1 Publicidad

Utilizaremos varios instrumentos para el cumplimiento de las metas y objetivos de comunicación y publicidad en diferentes áreas, tales como:

- Se realizará publicaciones en el Periódico el Diario Libre, ya que es de circulación gratuita y con gran alcance.
- Utilizaremos las herramientas como Facebook, Twitter, entre otras para darnos a conocer y poder llegar a nuestro blanco de público con mayor rapidez.
- Volanteo en los diferentes sectores que componen Santo Domingo Este.

En la etapa de introducción al mercado, solamente estaremos utilizando estos medios, ya que son de gran alcance y a la vez son de bajos costos.

2.5.2 Promoción de Ventas

Nuestra estrategia de ventas estará basada en promover nuestro producto e incentivar el consumo. Por esta razón utilizaremos las siguientes estrategias:

- Regalo de un juguete a los niños que visiten el establecimiento.
- Bonos acumulativos por el consumo para la celebración de cumpleaños.
- Por cada 5 visitas o más al mes el consumidor adulto recibirá un CD de una película.
- En el primer mes de introducción estaremos realizando ofertas de 2 x 1 en los días de menor afluencia de clientes.

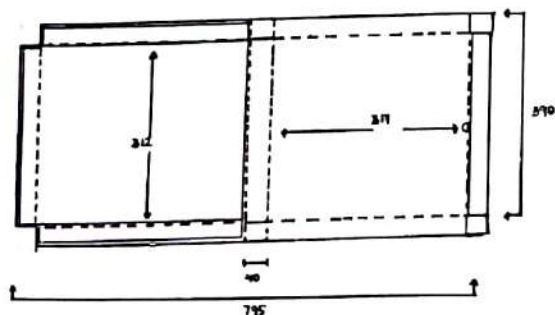
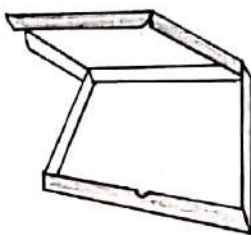
2.5.3 Marca

Nuestro producto se llamará Capri Pizza.

2.5.4 Etiqueta y Logo



2.5.5 Empaque



2. 6 Fijación y Política de Precios

Estimación de costos fijos y variables

Costos variables por pedazos de pizzas

Masa (2.2 onza)	RD\$6.00
Queso (1.2 onza)	RD\$11.63
Jamón (0.4 onza)	RD\$3.00
Salsa (0.8 onza)	RD\$2.50
Gas (pesos por pedazos)	RD\$2.50
Caja (1/10)	RD\$2.50
Total CV	RD\$28.13

Costos fijos mensuales

Renta	RD\$25,000.00
Luz	RD\$10,000.00
Agua	RD\$300.00
Tel.	RD\$1,235.00
Sueldos	RD\$18,000.00
Salarios	RD\$29,694.72
Publicidad	RD\$3,500.00
Total CF	RD\$87,729.72

Políticas de precios:

- a) El precio del producto no debe exceder el 20% del precio que los clientes están dispuestos a pagar.
- b) Todas las ventas serán al contado.
- c) Se aplicará un descuento a las compras mayores o iguales a 80 pedazos por día.
- d) No se rebajará el precio del producto bajo ninguna circunstancia.

Fijación de precios

Costo total = Costo variable + (Costos fijos/Producción esperada)

$$CT = 28.13 + 87,729.72/7,868$$

$$CT = 28.13 + 11.15$$

$$CT = 39.28$$

$$\text{Precio de ventas} = CT + (CT)(\% \text{ de ganancia})$$

$$PV = 39.28 + (39.28) (0.78)$$

$$PV = 39.28 + 30.64$$

$$PV = 69.92$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = CF/PV-CV$$

$$PE = 87,729.72/69.92-28.13$$

$$PE = 87,729.72/41.79$$

$$PE = 2,100 \text{ pedazos mensuales}$$

2.7 Plan de Introducción al Mercado

Para garantizar el éxito de nuestra empresa, al entrar al mercado nos daremos a conocer con las siguientes actividades:

Diferentes ofertas (por la compra de una grande se lleva otra grande a mitad de precio, por ejemplo) regalos a los consumidores, combos para cumpleaños.

Se dará a conocer la apertura de la nueva pizzería a través de la publicidad utilizada, volanteo clave, anuncios en periódico y por medio de la difusión de boca en boca que es la más efectiva para dar a conocer la calidad de nuestra pizza y servicio.

2.8 Riesgos y Oportunidades del Mercado

Riesgos

- Que la empresa no tenga buena aceptación por nuestro mercado meta.
- Que la aceptación del producto solo sea los días de la apertura.
- El buen posicionamiento que tienen nuestros competidores.
- Que la calidad del producto ofertado no llene las expectativas del cliente.
- Que los costos de nuestros insumos se incrementen.
- Economía inestable en el primer año de apertura.

Acciones a realizar

- Diseñar y desarrollar campañas promocionales para dar a conocer nuestra pizzería.
- Continuar en los primeros meses de apertura una agresiva campaña para posicionar el producto y nuestra empresa.
- Fabricar nuestros productos con los más altos estándares de calidad.
- Prestar atención en nuestra evaluación financiera a cualquier incremento que se pueda presentar en los insumos. Cuando estas variaciones se detectan a tiempo se pueden cubrir fácilmente y así evitar las pérdidas.

Oportunidades

- Es un producto tradicional y de alto consumo.
- Ofrece un servicio más personalizado al cliente.
- Tiene un precio similar al de la competencia.
- Ofrece opciones novedosas.
- Probabilidad de expansión rápida.

Acciones a realizar

- Dar a conocer nuestras ventajas a través de una promoción continua, tanto al momento de la introducción como de los primeros meses después de nuestra apertura.

2.9 Sistema y Plan de Ventas

Por el tipo de producto que ofertamos nuestras ventas son realizadas de manera directa en el establecimiento o llevadas de forma personal a través del servicio de delivery.

CAPÍTULO III

MODELO DE NEGOCIOS

Partner Network	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relaciones con Clientes	Segmentos de clientes
Comprador-suplidor.	Producción.	Novedad.	Asistencia personal y Autoservicio.	Santo Domingo Este. Hombres y mujeres de 20 a 65 años, clases sociales A, B y C.
	Recursos Claves Físicos y humanos.		Canales de Distribución Canal directo, utilizando nuestra propia tienda.	
Estructura de Costos Impulsados por el valor y el costo.			Flujos de Ventas Venta de activos, es decir, la venta de nuestros productos terminados y prima por uso.	

3.1 Segmento de Mercado

Nos enfocaremos en este segmento, ya que Santo Domingo Este está en constante crecimiento y desarrollo de la población, además, pudimos notar que en la actualidad no hay muchas pizzerías en los diferentes sectores que componen esta provincia.

Escogimos este rango de edad para aprovechar su poder de compra, la formación familiar y de grupos (amigos, estudiantes y negocios).

En vista de que nuestro producto no se consume para satisfacer una necesidad alimentaria, sino para compartir un momento entre familia, amigos o socios, nos hemos enfocado en clases sociales que puedan disponer de los recursos financieros para compartir ese momento.

3.2 Propuesta de Valor

En el estudio de mercado pudimos identificar que la mayoría de los encuestados le gustaría recibir un producto terminado con calidad e higiene, por tal razón escogimos la “novedad” como propuesta de valor. Para cumplir con esto, al entregar nuestro producto desarrollaremos las siguientes actividades:

- Haremos la entrega del producto en el tiempo prometido al cliente. Para esto tendremos un sistema de supervisión continua bajo la responsabilidad de empleados que asumirán esta función de manera íntegra, y así cumplir eficazmente lo ofrecido.
- El cliente podrá hacer requerimiento en la preparación del producto, ya que pondremos a su disposición los ingredientes que desean que contenga su pizza, solo el cliente escogerá y podrá acercarse a nuestro counter de pedidos para mandarla hacer. Cabe destacar que dependiendo del tamaño de la pizza estos ingredientes estarán agrupados por costo y cantidad, sin embargo, el cliente podrá sugerir la cantidad y tipo de ingredientes que desee, sin importar el tamaño del producto.

- Incluiremos en nuestro menú ofertas para aquellas personas especiales, tales como pizzas con ingredientes bajos en grasas y caloría.

3.3 Canales de Distribución

Utilizaremos este canal, ya que es un producto que después de su elaboración es entregado inmediatamente al cliente. En el corto plazo la oferta se hará a través de tiendas propias, luego, en el mediano plazo lo distribuiremos en centros educativos, empresas públicas y privadas.

3.4 Relaciones con los clientes

El enfoque en la asistencia personal y autoservicio radica en el hecho de crear fidelidad hacia nuestro producto, esta fidelidad aumentará tanto la barrera de entrada a nuevos competidores como la barrera de salida para nuestros clientes.

Para lograr esto, deberá existir interacción humana entre el cliente y el empleado, la cual puede ser cara a cara o vía telefónica, en ambos casos dicha interacción deberá considerarse agradable y placentera en todo momento y lugar desde la toma de la orden y/o llegada del cliente a la tienda, hasta la entrega del producto en sus manos.

En el autoservicio el cliente podrá escoger los ingredientes de su preferencia. Luego podrá acercarse a nuestro counter e informar como desea su orden.

3.5 Fuentes de Ingresos o Flujo de Ventas

Generaremos ingresos a través de las ventas de pizza a los clientes, ya sea por pedazos o por cajas. También cobraremos una prima por uso de local en celebraciones de cumpleaños para aquellos clientes que lo deseen, y que no cuenten con el bono acumulativo para esos fines.

3.6 Recursos Claves

Estarán presentes tanto los recursos físicos como humanos.

Físicos: todos los equipos necesarios para la producción de nuestro producto, hornos, utensilios, materia prima, congeladores.

Humanos: Personas con habilidades en ventas, servicio al cliente, capacitados para poder satisfacer las necesidades que requiere nuestro segmento de mercado, por ejemplo: supervisor, cajeros, camareros, deliverys, personal para cocina.

3.7 Actividades Claves

La producción es nuestra actividad clave, pues nos dedicaremos al procesamiento de materia prima para la elaboración de pizza.

3.8 Partner Network o Sociedades Claves

Utilizaremos suplidor-comprador pues no podemos fabricar todo los productos, necesitamos de proveedores para garantizar la disponibilidad del mismo.



3.9 Estructura de Costo

Trataremos de mantener un equilibrio entre la estructura impulsada por el valor y la impulsada por el costo, sin olvidar que nuestra propuesta de valor es la “novedad” y que si en algún momento hay que inclinar la balanza, lo haremos a favor de la primera.

También nos mantendremos atentos al comportamiento de aquellos materiales que pueden incrementar el producto, estos componentes son:

Harina (masa)

Queso

Jamón

Salsa

Gas

Caja o envase

Costos variables por pedazos de pizzas

Masa (2.2 onza)	RD\$6.00
Queso (1.2 onza)	RD\$11.63
Jamón (0.4 onza)	RD\$3.00
Salsa (0.8 onza)	RD\$2.50
Gas (pesos por pedazos)	RD\$2.50
Caja (1/10)	RD\$2.50
Total CV	RD\$28.13

Costos fijos mensuales

Renta	RD\$25,000.00
Luz	RD\$10,000.00
Agua	RD\$300.00
Tel.	RD\$1,235.00
Sueldos	RD\$18,000.00
Salarios	RD\$29,694.72
Publicidad	RD\$3,500.00
Total CF	RD\$87,729.72

Costo total = Costo variable + (Costos fijos/Producción esperada)

$$CT = 28.13 + 87,729.72/7,868$$

$$CT = 28.13 + 11.15$$

$$CT = 39.28$$

$$\text{Precio de ventas} = CT + (CT)(\% \text{ de ganancia})$$

$$PV = 39.28 + (39.28) (0.78)$$

$$PV = 39.28 + 30.64$$

$$PV = 69.92$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = CF/PV-CV$$

$$PE = 87,729.72/69.92-28.13$$

$$PE = 87,729.72/41.79$$

$$PE = 2,100 \text{ pedazos mensuales}$$

CAPÍTULO IV

PRODUCCIÓN

4.1 Objetivos del Área de Producción

- A. Objetivo a Corto Plazo (6 meses):** Producir y vender las pizzas demandada por nuestros clientes potenciales que llaman por teléfono y visitan la tienda. La cantidad que se espera vender y producir es 7,868 pedazos por mes.
- B. Objetivo a Mediano Plazo (1 año):** Se espera un crecimiento en los niveles de producción a 9,048 unidades mensuales al iniciar la distribución del producto en centros educativos e instituciones públicas y privadas de Santo Domingo Este.
- C. Objetivo a Largo Plazo (3 años):** Se espera un incremento en el rango de producción a 13,120 pedazos mensuales de pizzas, al iniciar la distribución hacia otros sectores de Santo domingo Este.

4.2 Especificaciones del Producto

Nuestro producto es una comida rápida elaborada a base de harina de trigo (2.2 onza), queso (1.2 onza), salsa (0.8 onza) y se añadirán los ingredientes adicionales previamente empacados que haya escogido el cliente.

Se empacará en un recipiente cuadrado de cartón, con una base interior superpuesta de forma circular hecha de papel encerado, adecuado para evitar que el producto se pegue directamente al cartón. La caja tendrá capacidad para 10 pedazos de pizzas y en su exterior llevará el nombre de la marca y el logotipo de la empresa.

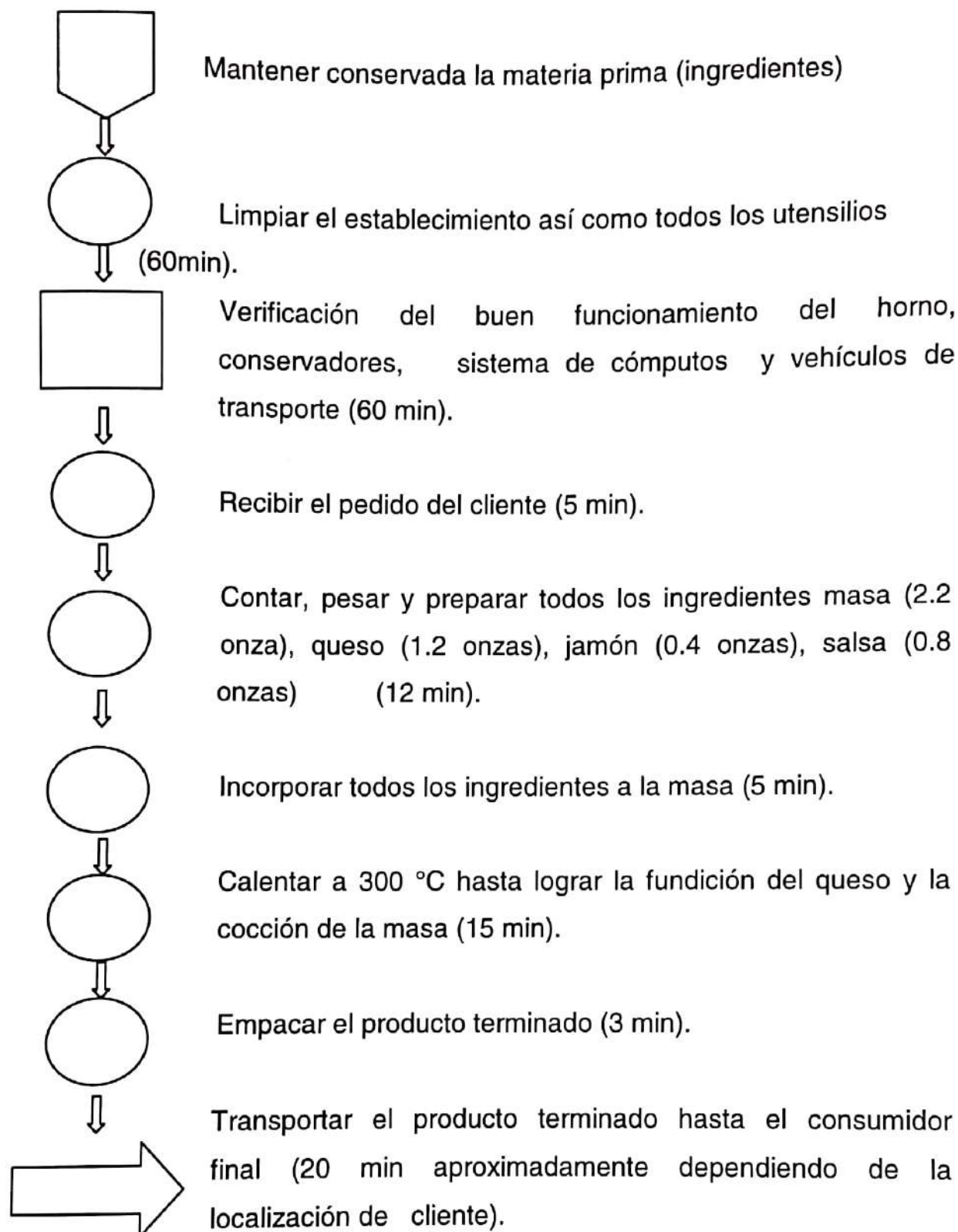
4.3 Descripción del Proceso de Prestación de Servicio

La producción mensual de la empresa será de 7868 pedazos, debido a que la misma funcionará los siete días de la semana; la producción diaria será de 263 pedazos, empacándose en caja con capacidad para 10 pedazos para un total de 26.3 cajas por días. Estas producciones se harán a pedido del cliente, por tal razón determinaremos el tiempo total para la elaboración de una caja de pizza de 10 pedazos.

Como ejemplo tomaremos la producción de 1 caja de pizza de jamón y queso, ya que según nuestro estudio del mercado fue la más preferida por nuestros clientes potenciales:

- 1) Estiramiento de la harina o masa (5 min).
- 2) Rebanado y pesado del queso (3 min).
- 3) Rebanado y pesado del jamón (1 min).
- 4) Incorporación de la salsa, el jamón y el queso en la masa (3 min).
- 5) Introducir en un horno especial a 300 °C, hasta lograr la fundición del queso y la cocción de la masa (15 min).
- 6) Tiempo total del proceso de elaboración: 27 min

4.4 Diagrama de Flujo del Proceso



4.5 Evaluación de Tecnología

La tecnología para la elaboración del producto es sencilla y común ya utilizaremos un horno pequeño con capacidad para cuatro pizzas grandes y que funciona solamente con gas propano. El transporte de dicho producto hasta el consumidor final se hará por medio de motocicletas pequeñas.

Para guardar la materia prima utilizaremos conservadores y para los productos complementarios emplearemos exhibidores.

Para el registro de la información de los clientes internos y externos se usará Microsoft Office Access 2007.

4.6 Equipos e Instalaciones

Equipo/Utensilios	Cantidad	Marca
Horno industrial	1	Doyon
Cilindro para estirar masa	1	Doyon
Conservador	1	Farco
Exhibidores	2	Hatco
Balanza digital	1	Hatco
Refrigerador	1	Keeprite
Bandeja para servir pizzas	8	Libbey
Corta pizza	3	Libbey
Espátulas	4	Libbey
Brochas para distribuir la salsa	2	Libbey
Pala de Pizza	2	Libbey
Destapador	2	Libbey
Fregaderos	1	Hatco
Mesa de acero inoxidable grande	1	Hatco
Mesa para comensales	10	Boss
Silla para comensales	50	Boss
Acondicionador de aire	2	Keeprite
Computadora personal	3	Acer
Caja registradora	1	ND
Silla giratoria	3	Boss
Escritorio	3	Fire King
Mueble de Zafacón	1	Boss
Tanque de Gas Industrial	1	Ingusa
Sumadoras	3	Panasonic
Bebedero	1	Keeprite
Botellones de agua	2	Arcas Envases P.

4.7 Materia Prima

Necesidades de materia prima

En este caso decidimos calcular la materia prima necesaria para producir una pizza de 10 pedazos.

Materia prima	Cantidad
Masa	22 onzas
Queso	12 onzas
Jamón	4 onzas
Salsa	8 onzas
Gas propano	0.2155 gal.
Caja o envase	1 unidad
La producción de una caja de 10 pedazos se estimó en un total de:	RD\$281.30

Identificación de proveedores y cotizaciones

Selección de proveedores para la empresa.

Materia prima	Proveedor	Precio	Cantidad	Proveedor elegido
Masa	Michel's Pizza	60.00	22 onzas	Michel's Pizza
Queso	Embutidos El Cerro	116.30	12 onzas	Embutidos El Cerro
Jamón	Embutidos El Cerro	30.00	4 onzas	Embutidos El Cerro
Salsa	Propia	25.00	8 onzas	Propia
Caja o envase	Soles Papel S.R.L.	25.00	1 unidad	Soles Papel S.R.L.

4.8 Capacidad Instalada

En el caso de nuestra empresa la capacidad instalada cuadriplica la capacidad actual.

Capacidad instalada

Período	Cantidad de producto
1 día	107 pizzas de 10 pedazos
1 semana	749 pizzas de 10 pedazos
1 mes	3,210 pizzas de 10 pedazos

Capacidad actual

Período	Cantidad de producto
1 día	26 pizzas de 10 pedazos
1 semana	184 pizzas de 10 pedazos
1 mes	787 pizzas de 10 pedazos

4.9 Manejo de Inventarios

Punto de reorden

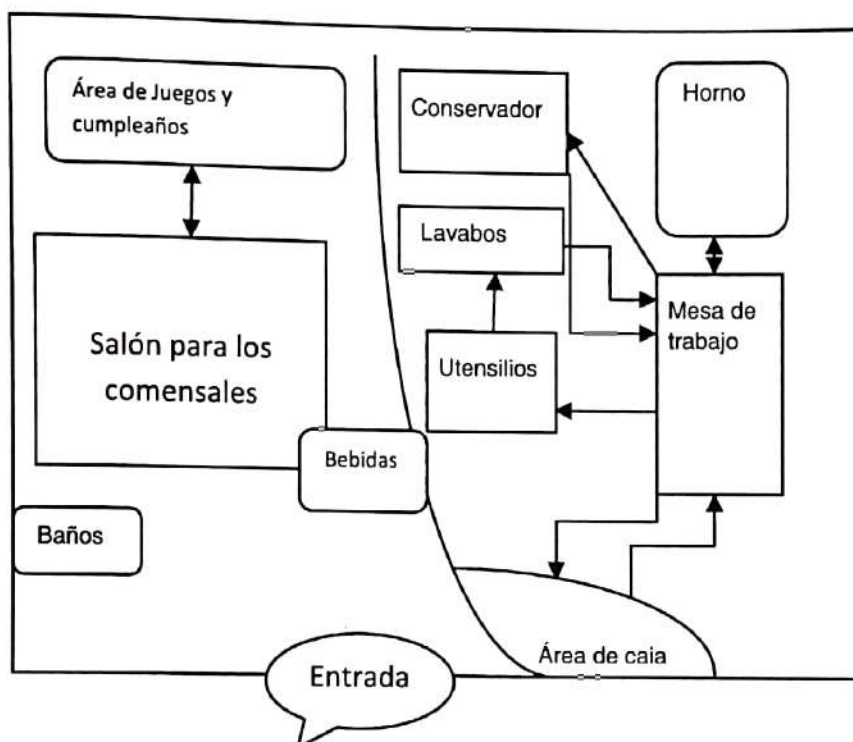
La naturaleza de nuestra organización no requiere inventarios de productos terminados y en vista de que la materia prima es muy perecedera, hemos decidido mantener un inventario de materia prima equivalente a tres días de producción antes de hacer el pedido. Este periodo es para cubrir los días de mayores ventas, como son los fines de semana, principalmente el domingo. En el caso del gas propano y la caja o envase se mantendrá en existencia la cantidad que se describe en el siguiente cuadro.

Materia Prima	Cantidad
Masa	48.65 Kg
Queso	26.54 Kg
Jamón	8.85 Kg
Salsa	17.69Kg
Gas propano	16,81 Gals.
Caja o envase	78 Unidades

4.10 Ubicación de la Empresa

La ubicación de Capri Pizza será: en el cuadrante que está entre la Avenida Charles de Gaulle con Carretera Mella hasta la Calle Penetración con Carretera Mella. Esta ubicación nos brinda facilidad para adquirir la materia prima y una gran cantidad de nuestros clientes potenciales.

4.11 Diseño y Distribución de Planta



4.12 Mano de Obra Requerida

Características de la mano de obra que requiere Capri Pizza

Actividad	Número de Personas	Tipo de Habilidad
Cortar, pesar	3	Saber preparar pizza
Preparar Ingredientes		
Cocinar y empacar		

Mano de obra total requerida: Tres personas en el área de producción. Tendremos dos pizzeros y un ayudante. Laborarán en horarios rotativos. Un pizzero laborará de 9:00a.m. a 6:00p.m. con una hora de almuerzo y el otro pizzero entrará de 3:00p.m. a 11:00p.m. El ayudante estará laborando solo de viernes a domingo en un horario part-time.

4.13 Procedimiento de Mejora Continua

Se realizarán encuestas cada seis meses para conocer la opinión de los clientes acerca de nuestro producto y de sus requerimientos para mejorarlo o incluirle algo nuevo.

También consultaremos a nuestros clientes en relación al tiempo de entrega del producto, en el sentido de que si están conforme o si se debe mejorar.

Otro aspecto a considerar es el proceso de elaboración el cual deberá evaluarse observando los requerimientos del cliente los cuales están orientados hacia la calidad e higiene.

4.14 Programa de Producción

Diagrama preoperativo de producción de Capri Pizza

ACTIVIDAD	PERSONAL ENCARGADO	PERIODO DE REALIZACION
Acondicionar el área de trabajo	Gabriela Núñez	03 al 11 de Mayo del 2014
Seleccionar y contratar el personal	Gabriela Núñez	03 al 11 de Mayo del 2014
Contactar proveedores	María Tejeda	12 al 20 de Mayo del 2014
Compra de equipo	María Tejeda	12 al 20 de Mayo del 2014
Pruebas de producción	Julio De La Rosa	21 al 29 de Mayo del 2014
Adquirir materia prima	Julio de la Rosa	30 de Junio del 2014
Adiestrar personal	Julio de la Rosa	31 de Junio del 2014
Total de días antes de la fecha de arranque		26 días
Fecha de arranque		01de Junio del 2014

CAPÍTULO V

ORGANIZACIÓN

5.1 Objetivos de la Organización

Objetivos de la Empresa	Objetivos de Marketing
A corto plazo (6 meses): Introducir nuestra empresa en el mercado de la pizzería y darnos a conocer para poder competir en dicho mercado.	A corto plazo (6 meses): Competir en el mercado de comida rápida en el sector de Hainamosa y zonas aledañas alcanzando niveles de venta de 7,868 pedazos al mes.
A mediano Plazo (1 año): Conseguir la aceptación en el mercado realizando estrategias de innovación continua para nuestro producto, con la finalidad de obtener mayor crecimiento económico.	A mediano plazo (1 año): Distribuir el producto en centros educativos e instituciones públicas y privadas, esperando que las ventas alcancen 9,048 porciones mensuales.
A largo Plazo (3 años): Permanecer en el mercado y continuar expandiendo la distribución del producto hasta lograr alcanzar la totalidad de nuestro mercado meta	A largo plazo (3 años): Continuar expandiendo la distribución del producto hacia otros sectores de Santo domingo Este, logrando niveles de ventas de 13,120 pedazos de pizzas mensualmente.

Objetivos de Producción	Objetivos de Financieros
• A corto plazo (6 meses): Producir y vender las pizzas demandada por nuestros clientes potenciales que llaman por teléfono y visitan la tienda. La cantidad que se espera vender y producir es 7,868 pedazos por mes.	• A corto plazo (6 meses): Determinar costos y gastos variables y fijos, así como el capital necesario a aportar. Establecer las entradas y salidas de efectivo, evaluar el proyecto con los indicadores financieros propuestos. Durante este período el 90% de las ganancias serán reinvertidas en la empresa.
• A mediano Plazo (1 año): Se espera un crecimiento en los niveles de producción a 9,048 unidades mensuales al iniciar la distribución del producto en centros educativos e instituciones públicas y privadas de Santo Domingo Este.	• A mediano plazo (1 año): Realizar proyecciones de flujo de efectivo cada tres meses, así como el estado financieros (estado de resultados, flujo de efectivo y balance general). Durante este lapso de tiempo el 80% de las ganancias se reinvertirán en la organización
• A largo Plazo (3 años): Se espera un incremento en el rango de producción a 13,120 pedazos mensuales de pizzas, al iniciar la distribución hacia otros sectores de Santo domingo Este.	• A largo plazo (3 años): Continuar con las proyecciones de flujo de efectivo, los estados financieros y las evaluaciones con los indicadores financieros. Para este tiempo se reinvertirá el 60% de las ganancias de la empresa.

5.2 Estructura Organizacional

Organigrama de la empresa Capri Pizza S.R.L



5.3 Funciones Específicas por Puesto

A continuación estaremos especificando las funciones que estarán llevando a cabo cada uno de los puestos, tanto los puestos gerenciales como los puestos operativos.

Puestos Gerenciales

Administración

- Orientar la dirección de la empresa.
- Coordinar a los equipos de trabajo.
- Determinar y planear la proyección de la empresa en la industria.

- Definir y planear las metas y objetivos, determinando que se quiere lograr, además de cómo y cuando se conseguirá en los diferentes plazos (corto, mediano y largo).
- Controlar y ampliar la ventaja competitiva empresarial.
- Vigilar y planear de forma integral las funciones de los diferentes departamentos (venta, producción y contabilidad).
- Inducir, adiestrar y capacitar a los empleados.
- Evaluar el desempeño del personal.
- Cumplir con los requisitos legales para el registro adecuado del personal.
- Llevar a cabo todo el proceso de reclutamiento y selección de personal.

Ventas:

- Elaborar un plan de trabajo.
- Crear estrategias de promoción.
- Diseñar estrategia de publicidad y ventas para difundir más rápidamente el producto.
- Evaluar el mercado potencial y su crecimiento.
- Planear el sistema de distribución.
- Determinar la política de precio (en conjunto con los departamentos de producción y contabilidad).
- Definir el mercado meta.
- Interactuar con los clientes para establecer un punto de contacto con la empresa.
- Planear y definir las metas de este departamento.

Contabilidad:

- Presentar los registros de: diario, mayor, inventarios, cuentas de bancos, estados financieros (balance general, estado de resultado y flujo de efectivos), indicadores financieros.
- Realizar comparaciones con periodos anteriores y proyecciones financieras.
- Llevar a cabo el pago de impuestos y trámites legales.
- Describir y discutir los contratos, licencias, marcas y seguro.
- Establecer la estructura legal para la operación de la empresa.
- Planear inversiones y relaciones con instituciones financieras.
- Organizar y controlar todas las actividades del área contable y financiera de la empresa.

Producción:

- Elegir la materia prima.
- Planear y definir metas de producción.
- Establecer puntos críticos de producción, así como los procedimientos para su medición y registro.
- Determinar los niveles de producción con base en las estimaciones de la demanda.
- Establecer los programas de pedidos y recepción de productos.
- Planear y supervisar el área en su totalidad.

Puestos Operativos:

Pizzeros:

- Elaborar las pizzas
- Cumplir y verificar que los productos cumplan con los estándares de calidad establecidos por la empresa.
- Aplicar las normas de higiene y seguridad industrial.
- Control de los productos y bienes de la cocina.

Ayudante de Pizzero:

- Asistir al pizzero en todo lo relacionado a la elaboración de la pizza.
- Mantener los equipos y utensilios limpios para la preparación de la pizza.

Cajero:

- Atención y servicio al cliente.
- Recepción de pagos por todos los medios (efectivo, tarjeta debito)
- Cierres de caja.
- Generación de facturas.
- Verificar que el fondo fijo sea igual al reportado al final del servicio.

Servicio al Cliente:

- Atención al cliente de manera presencial.
- Recibir las llamadas de los pedidos por teléfono.
- Coordinar las salidas de los repartidores.
- Asistir al cajero.



Camarero:

- Realizar las labores de atención al cliente: servir mesas.

Repartidor:

- Se encarga de repartir a domicilio las pizzas.
- Recaudar el dinero de los pedidos y entregarlos a la caja en el punto de venta.
- Verificar las direcciones de los pedidos antes de salir a entregarlos.

Conserje:

- Mantener todas las áreas de la empresa en completa limpieza.
- Asistir en el área de la cocina si se le necesitara.

5.4 Captación del Personal

Es fundamental para una empresa poder realizar una buena selección de sus recursos humanos, ya que de esto dependerá en gran medida el éxito de la misma.

Nuestra empresa tendrá encargada a la Srta. Gabriela Núñez, administradora general, la cual realizará el proceso para la captación de personal requerido.

• Reclutamiento del Personal

El proceso de reclutamiento comenzará con la publicación en la página Web Aldaba de las solicitudes del personal requerido. En nuestro caso, estaremos reclutando, un supervisor, dos pizzeros, un ayudante de pizzero, dos cajeros y servicio al cliente, dos repartidores, un camarero y una conserje. Se utilizará este medio, ya que es una página donde se puede colocar anuncios publicitarios de manera gratuita, y aparte de eso es muy conocida a nivel nacional e internacional.

A continuación estaremos describiendo los anuncios para cada uno de los puestos requeridos:

ANUNCIO

Puesto	Supervisor de Restaurante de Comida Rápida
Fecha	01 de mayo del 2014
Empresa	Confidencial
Actividad	Restaurante de Comida Rápida
Descripción	Supervisar y velar por el buen funcionamiento del restaurante, manejo de personal, entre otras funciones.
Requisitos Indispensables	• Egresado o graduado universitario. • 2 años o más de experiencia en el área de comida rápida. • Conocimiento de paquete Office • Supervisión y manejo de Personal efectivo
Contrato	Indefinido/fijo
Jornada	Rotativa/días feriados y fines de semana
Salario	En entrevista
Beneficios	Los de ley

ANUNCIO

Puestos	2 Pizzeros y un Ayudante
Fecha	01 de Mayo del 2014
Empresa	Confidencial
Actividad	Restaurante de Comida Rápida
Descripción	Elaborar pizzas, manteniendo los estándares de calidad requerido.
Requisitos indispensables	• Nivel académico mínimo de Bachillero • 2 o más años de experiencia en el área. • Alto conocimiento en elaborar pizzas.
Contrato	Indefinido/fijo
Jornada	Rotativa incluyendo fines de semanas y días feriados
Salario	En entrevista
Beneficios	De Ley

ANUNCIO

Puesto	Dos cajeros/Servicio al Cliente
Fecha	01 de Mayo del 2014
Empresa	Confidencial
Actividad	Restaurante de Comida Rápida
Descripción	Asistir a los clientes que acudan al establecimiento y vía telefónica, entre otras funciones
Requisitos Indispensables	• Estudiante de Mercadeo o carreras afines. • 1 años o más de experiencia en servicio al cliente. • Buen manejo de efectivo. • Manejo de caja computarizada
Contrato	Indefinido/fijo
Jornada	Rotativa/días feriados y fines de semana
Salario	En entrevista
Beneficios	Los de ley

ANUNCIO

Puesto	Dos camareros
Fecha	01 de Mayo del 2014
Empresa	Confidencial
Actividad	Restaurante de Comida Rápida
Descripción	Brindar asistencia en el área del salón a los clientes.
Requisitos Indispensables	• Estudiante universitario • 1 años o más de experiencia como camarero.
Contrato	Indefinido/fijo
Jornada	Rotativa/días feriados y fines de semana
Salario	En entrevista
Beneficios	Los de ley

ANUNCIO

Puesto	Dos Repartidores
Fecha	01 de Mayo del 2014
Empresa	Confidencial
Actividad	Restaurante de Comida Rápida
Descripción	Llevar el producto terminado a los clientes con rapidez.
Requisitos Indispensables	• Nivel académico de Bachiller • 1 años o más de experiencia como repartidor. • Motor propio.
Contrato	Indefinido/fijo
Jornada	Rotativa/días feriados y fines de semana
Salario	En entrevista
Beneficios	Los de ley

ANUNCIO

Puesto	Conserje
Fecha	01 de Mayo del 2014
Empresa	Confidencial
Actividad	Restaurante de Comida Rápida
Descripción	Llevar a cabo la limpieza del establecimiento.
Requisitos Indispensables	• Nivel académico de Bachiller • 1 años o más de experiencia
Contrato	Indefinido/fijo
Jornada	Rotativa/días feriados y fines de semana
Salario	En entrevista
Beneficios	Los de ley

• Selección del Personal

Luego de haber realizado el proceso de reclutamiento, se preseleccionará los candidatos. Se utilizará el método de la entrevista y se aplicarán las pruebas requeridas para cada uno de los puestos. Las entrevistas serán realizadas por la Srta. Gabriela Núñez.

En lo que respecta a las pruebas serán realizadas en el lugar de trabajo por los encargados de las diferentes áreas. No hay ningún costo asociado a las entrevistas ni a las pruebas.

Después de realizadas las pruebas se obtendrán los resultados de las mismas y se seleccionará los candidatos más idóneos para cada puesto.

Luego de haberlos seleccionados, se le comunicará a cada uno de los candidatos elegidos para que puedan acudir a una entrevista final donde se le

darán las informaciones finales sobre el puesto que va a desempeñar, así como todo lo concerniente a su contrato de trabajo. También serán enviados a realizarse los exámenes médicos requeridos. Este proceso se llevará a cabo entre los días 03 y 11 de mayo del 2014.

- **Contratación**

Nos apegaremos a los términos del Código de Trabajo de la República Dominicana.

- **Inducción:**

La persona que realizará la inducción será la Srta. Gabriela Núñez, Administradora General de Capri Pizza.

Proceso de Inducción:

- Presentación de los dueños o socios de la empresa.
- Presentación de la misión, visión y valores de la empresa.
- Funciones específicas del puesto que va a desempeñar la persona.
- Dar a conocer las políticas de la empresa.

Material que se utilizará en el proceso de Inducción:

Presentación en Power Point mediante un data show y folletos.

5.5 Desarrollo del Personal

Para nosotros es de suma importancia los colaboradores que formará parte de empresa. Por esta razón estaremos enfocados en brindarle un desarrollo profesional y personal para que puedan desempeñarse exitosamente en sus puestos y la sociedad. Dentro de lo que es nuestro plan anual, tendremos entrenamientos dos veces al año para todo el personal en cada una de sus áreas. Dichos entrenamientos serán impartidos por el personal encargado de cada área. Con estos entrenamientos lo que queremos es lograr que cada uno de los empleados pueda especializarse en sus áreas y puedan brindar una excelente calidad en los productos que ofrecemos y atenciones inigualables.

Con respecto a la capacitación se comenzará a implementar de conformidad con los avances de la tecnología, el mercado y la competencia.

5.6 Administración de Sueldos y Salarios

Puesto	Categoría	Sueldo	Salario
Administrador	1	RD\$14,000.00	
Gerente de Marketing y Ventas	2	RD\$12,000.00	
Gerente de Producción	2	RD\$12,000.00	
Gerente de Contabilidad y finanzas	2	RD\$12,000.00	
Pizzero I	3		RD\$12,991.44
Pizzero II	3		RD\$12,991.44
Cajero	3		RD\$12,991.44
Servicio al cliente	3		RD\$12,343.41
Camarero	4		RD\$12,343.41
Ayudante de Pizzero	5		RD\$10,800.48
Repartidor I	5		RD\$10,800.48
Repartidor II	5		RD\$10,800.48
Conserje	6		RD\$9,874.73

5.7 Evaluación del Desempeño

Las evaluaciones de desempeño se llevarán a cabo por los encargados de cada área. Esta evaluación se hará basada en los objetivos del departamento, los cuales a su vez estarán alineados con los de la empresa. Estas evaluaciones se realizarán de manera semestral.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Nombre del Empleado _____

Puesto _____

Evaluador _____ Fecha _____

Desempeño	Optimo	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Conocimiento de Puesto					
Calidad del Trabajo					
Cantidad del Trabajo					
Rapidez en el trabajo					
Dedicación al trabajo					

Definiciones:

- a) Óptimo: El mejor grado posible en la ejecución del trabajo.
- b) Bueno: Sin ser excepcional, es satisfactorio, superior al promedio.
- c) Regular: El rendimiento clásico, a manera de reglas, sin que surjan quejas del trabajo, pero sin poner en evidencia ninguna aptitud especial.
- d) Malo: Comportamiento ineficiente

- e) **Pésimo:** Rendimiento absolutamente negativo, propiamente de resultados nulos.

Observaciones: Aquí se colocará cualquier observación del evaluador a cerca del evaluado.

5.8 Relaciones de Trabajo

En la organización que dignamente pensamos dirigir creemos que una buena relación con los colaboradores es la base del éxito. La comunicación entre ambas partes mantiene un clima de armonía y de trabajo en equipo. Entendemos que para que la empresa pueda estar en la preferencia de los clientes es muy importante que desde dentro se pueda sentir la motivación de cada uno de los integrantes que la conforman.

Para mantener una buena comunicación y relación entre los colaboradores y la administración estaremos llevando a cabo algunas actividades:

- Realizaremos mensualmente hojas informativas para que todo el personal esté enterado de las actividades que se estarán llevando a cabo como empresa.
- Se realizará memorándum para cualquier información importante que se deba saber con carácter de urgencia.
- Utilizaremos las Políticas de Puertas Abiertas, donde el colaborador tendrá la facilidad de acercarse en cualquier momento a la oficina del supervisor directo o gerente encargado para conversar de algún tema que considere que lo está afectando en el desempeño de sus funciones cotidianas.
- Reconoceremos a nuestro empleado del mes, poniendo su foto en el frente del área de servicio al cliente. Este colaborador recibirá adicional a este reconocimiento una compensación monetaria.

5.9 Marco Legal de la Organización

Capri Pizza será constituida como una sociedad S.R.L., sociedad que ha surgido bajo la nueva ley 479-08 de Sociedades comerciales y empresas individuales de responsabilidad limitada.

Requisitos legales para constitución

- Registro de nombre comercial y marca - Ley 20-00 (Propiedad Intelectual) y sus enmiendas -Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI).
- Registro mercantil -Ley 03-02 (Registro Mercantil) - Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo, Inc. (CCPSD).
- Registro nacional de contribuyentes
Ley 227-06 (Ley General de la DGII) - Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

Pasos para constitución de sociedad SRL

- 1) Registrar el Nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI).
 - Redactar una comunicación solicitando el Nombre Comercial y llenar el formulario en la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial ONAPI, también disponible en su página electrónica.
 - Copia de la cédula del dueño y/o del solicitante.
 - Pago correspondiente según las tarifas de Búsqueda de antecedentes de nombre comercial y Registro de nombre comercial.
- 2) Pagar impuesto del 1% del Capital Social por Constitución de Compañía en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).
 - Carta de pago de impuesto.

- 3) Redactar una carta a un Banco Dominicano, solicitando una apertura de cuenta para el depósito del Capital Social Autorizado de la sociedad. Luego de apertura esa cuenta, el cliente recibe una carta del banco, especificando que depositó el dinero con fines de constitución de sociedad y que el mismo no podrá ser retirado hasta su completa constitución.
- 4) Registrar los Documentos societarios en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo, según Tarifas de la CCPSD por Capital Social.
 - Depositar los documentos legales un original y tres copias. (Un original y dos copias son devueltos a la sociedad una vez registrados y una copia pertenece a la CCPSD para registro y archivos.).
 - Llenar formulario de solicitud de Registro Mercantil S.R.L., disponible en su página de Internet.
 - Copia de la carta emitida por el Banco.
 - Copia de las cédulas o pasaportes (En caso de ser extranjeros) de los accionistas de la compañía.
 - Copia del registro de Nombre Comercial (Otorgado por ONAPI).
 - Copia del recibo de pago de impuesto por Constitución de Compañía. (Obtenido en la DGII por el pago del 1% del capital social).
- 5) Solicitar el Registro Nacional del Contribuyente (RNC), a la Dirección General de Impuesto Internos (DGII), este servicio es gratis.
 - Formulario de Registro Nacional de Contribuyente (RNC), disponible en su página de internet.
 - Copia de registro del Nombre Comercial.
 - Copia del Registro Mercantil.
 - Copia de los documentos societarios debidamente registrados en la CCPSD.
 - Copia de las cédulas o pasaportes (en caso de ser extranjeros) de los accionistas de la compañía.

Inscripción de empleados en la Seguridad Social. (TSS)

Para registrar una empresa en la TSS, el propietario o representante autorizado deberá entregar personalmente en el Centro de Asistencia al Empleador más cercano, las documentaciones según su caso.

Para empresas S.R.L.

- Copia de la Tarjeta de Identificación Tributaria (RNC)
- Nómina de empleados detallando salario.
- Certificación de Inscripción emitida por la DGII, especificando el Régimen Tributario desde cuando está registrado.
- Carta de solicitud Firmada por el propietario y representante autorizado.
- Copia de la cédula de ambas personas. (Solicitante y Representante autorizado).

Teléfonos y páginas de Internet de las Instituciones necesarias para la constitución de sociedad

- Oficina Nacional de la Propiedad Intelectual (ONAPI) Tel. 809-567-7474 ó 809-567-7474 - www.onapi.gov.do
- General de Impuestos Internos (DGII) Dirección General de Impuestos Internos (DGII) Tel. 809-689-2181 ó 809-689-2181 - www.dgii.gov.do
- Cámara de comercio y Producción de Santo Domingo, Inc.
809-682-2688 ó 809-682-2688 www.ccpsd.org.do
- Tesorería de la Seguridad Social (TSS) Ave. 27 de Febrero esq. Ave. Abraham Lincoln, Unicentro Plaza, Tel. 809-262-0238, 809-262-0238 www.tss.gov.do

Impuestos actuales en el código tributario

- Impuesto sobre la Renta.
- Impuestos sobre Transacciones de Bienes y Servicios.
- Impuesto Selectivo al Consumo. Este impuesto gravará la transferencia de algunos bienes de producción nacional a nivel de fabricante, su importación y la prestación o locación de los servicios.
- Impuesto sobre Activos.

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 Resumen financiero

Capri Pizza entrará a la industria de Alimentos y Bebidas con una inversión inicial de \$3, 333,573.25. Esta suma, será la sumatoria de las aportaciones de cada uno de los emprendedores de la empresa, y se distribuirá de la siguiente manera: 42% capital de trabajo; 29% materia prima; 26% mobiliario y equipo y 3% equipo de transporte.

Con una tasa de interés anual de 18% el VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno) reportaron \$8, 980,922.40 y 70% respectivamente, para un período de 5 años.

El PR (Período de Recuperación) será en 2 años y 5 meses y el RSI (Retorno Sobre la Inversión) ó ROI (por sus siglas en inglés) será de un 53%.

PRONÓSTICO DE VENTAS
CAPRI PIZZA S.R.L.

Ventas Proyectadas	%	Nuestro pronóstico
		7,500,000.000

DISTRIBUCIÓN POR PRODUCTOS

Productos	%	Proporción
Pizzas Grandes	0.50	3,750,000
Pizzas Medianas	0.15	1,125,000
Pizzas Pequeñas	0.1	750,000
Refrescos	0.15	1,125,000
Jugos	0.02	150,000
Cervezas	0.03	225,000
Aguas	0.05	375,000
Totales		7,500,000
	100%	

Producto

Pizzas Grandes

Precio de venta

765.00

Total Unds. 1er. año

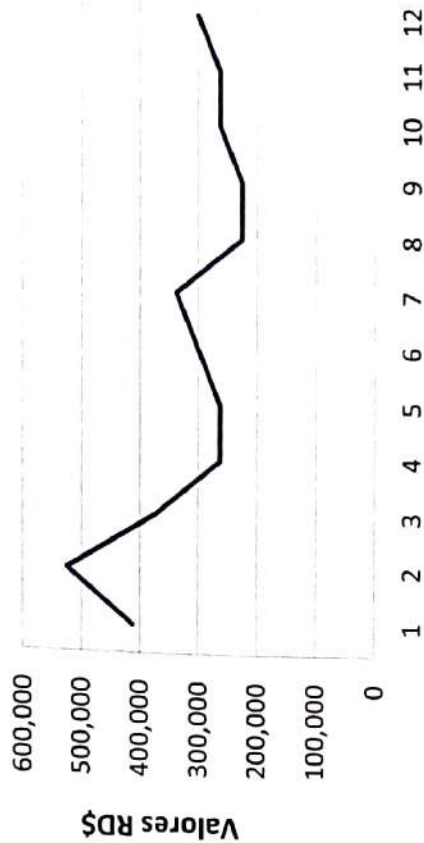
4,902

Total RD\$ 1er. año

3,750,000

Mensualización				
Meses	%	Unds.	RD\$	
junio	0.11	539	412,500	
julio	0.14	686	525,000	
agosto	0.10	490	375,000	
septiembre	0.07	343	262,500	
octubre	0.07	343	262,500	
noviembre	0.08	392	300,000	
diciembre	0.09	441	337,500	
enero	0.06	294	225,000	
febrero	0.06	294	225,000	
marzo	0.07	343	262,500	
abril	0.07	343	262,500	
mayo	0.08	392	300,000	
Totales	1.00	4,902	3,750,000	

Ventas Primer Año



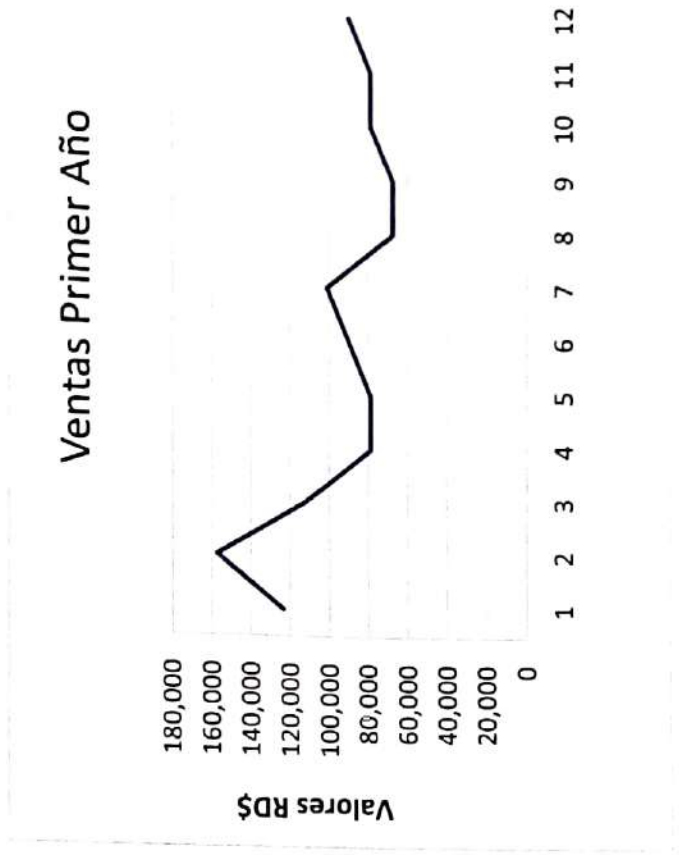
Producto **Pizzas Medianas**

Precio de venta **550.00**

Total Unds. 1er. año **2,045**

Total RD\$ 1er. año **1,125,000**

Mensualización				
Meses	%	Unds.	RD\$	
junio	0.11	225	123,750	
julio	0.14	286	157,500	
agosto	0.10	205	112,500	
septiembre	0.07	143	78,750	
octubre	0.07	143	78,750	
noviembre	0.08	164	90,000	
diciembre	0.09	184	101,250	
enero	0.06	123	67,500	
febrero	0.06	123	67,500	
marzo	0.07	143	78,750	
abril	0.07	143	78,750	
mayo	0.08	164	90,000	
Totales	1.00	2,045	1,125,000	

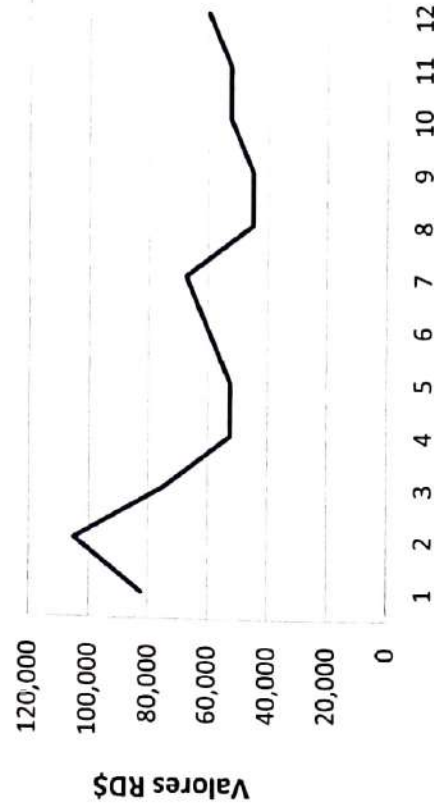


Producto	Pizzas Personales
Precio de venta	300.00
Total Unds. 1er. año	2,500
Total RD\$ 1er. año	750,000

Mensualización

Meses	%	Unds.	RD\$
junio	0.11	275	82,500
julio	0.14	350	105,000
agosto	0.10	250	75,000
septiembre	0.07	175	52,500
octubre	0.07	175	52,500
noviembre	0.08	200	60,000
diciembre	0.09	225	67,500
enero	0.06	150	45,000
febrero	0.06	150	45,000
marzo	0.07	175	52,500
abril	0.07	175	52,500
mayo	0.08	200	60,000
Totales	1.00	2,500	750,000

Ventas Primer Año



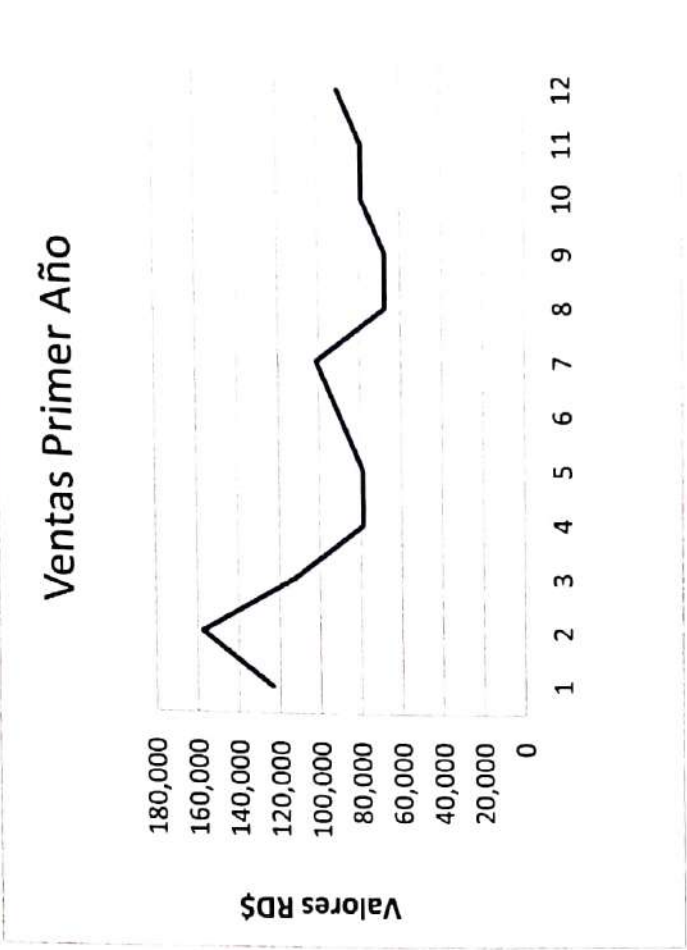
Producto **Refrescos**

Precio de venta **55.00**

Total Unds. 1er. año **20,455**

Total RD\$ 1er. año **1,125,000**

Mensualización			
Meses	%	Unds.	RD\$
junio	0.11	2,250	123,750
julio	0.14	2,864	157,500
agosto	0.10	2,045	112,500
septiembre	0.07	1,432	78,750
octubre	0.07	1,432	78,750
noviembre	0.08	1,636	90,000
diciembre	0.09	1,841	101,250
enero	0.06	1,227	67,500
febrero	0.06	1,227	67,500
marzo	0.07	1,432	78,750
abril	0.07	1,432	78,750
mayo	0.08	1,636	90,000
Totales	1.00	20,455	1,125,000



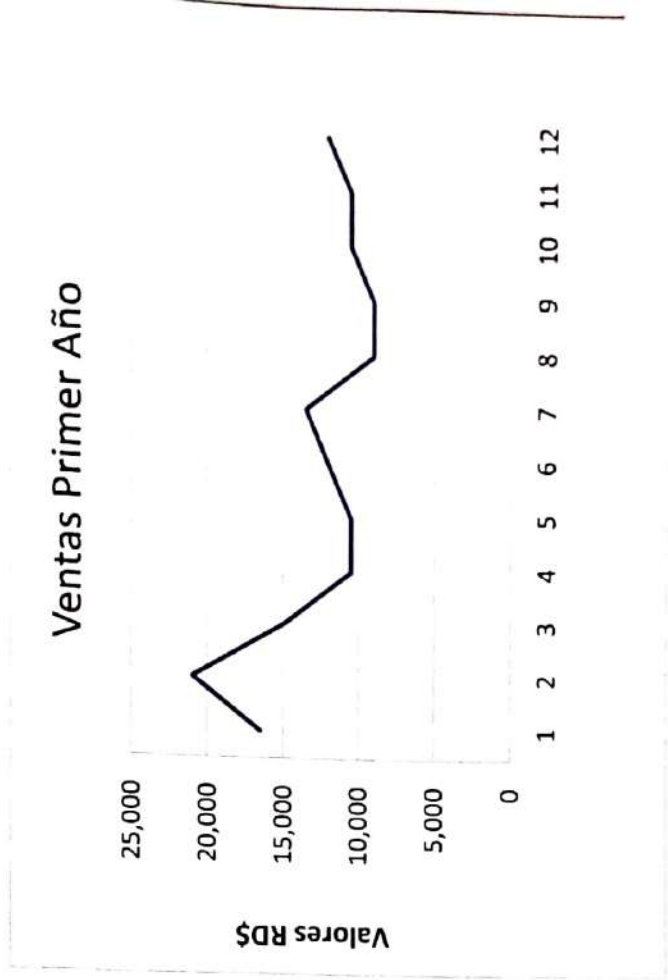
Producto **Jugos**

Precio de venta **43.00**

Total Unds. 1er. año **3,488**

Total RD\$ 1er. año **150,000**

Mensualización			
Meses	%	Unds.	RD\$
junio	0.11	384	16,500
julio	0.14	488	21,000
agosto	0.10	349	15,000
septiembre	0.07	244	10,500
octubre	0.07	244	10,500
noviembre	0.08	279	12,000
diciembre	0.09	314	13,500
enero	0.06	209	9,000
febrero	0.06	209	9,000
marzo	0.07	244	10,500
abril	0.07	244	10,500
mayo	0.08	279	12,000
Totales	1.00	3,488	150,000



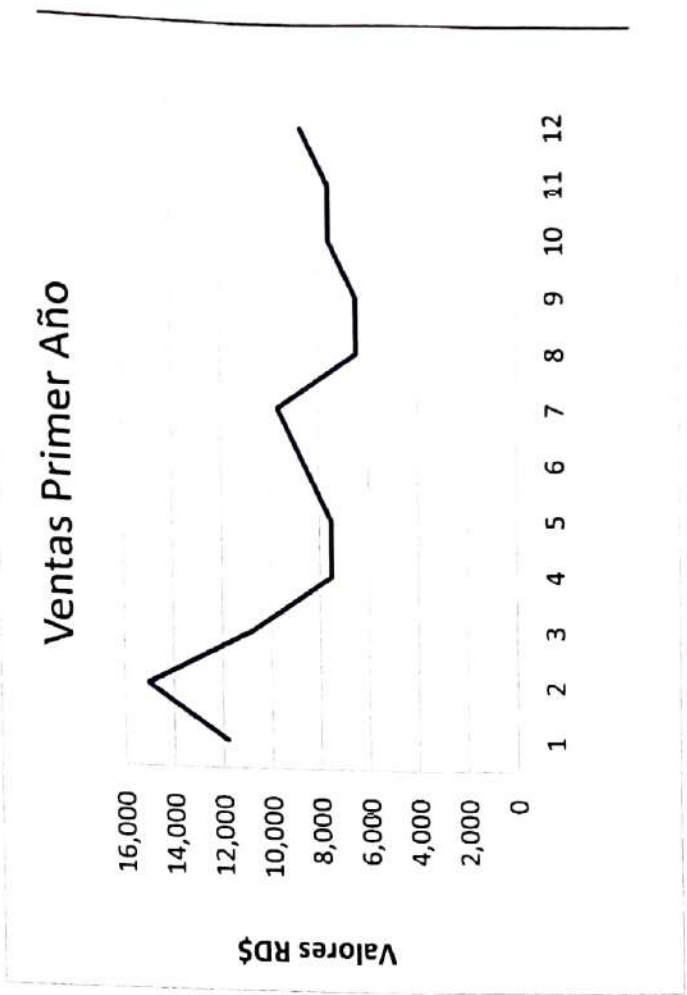
Producto **Cervezas**

Precio de venta **90.00**

Total Unds. 1er. año **2,500**

Total RD\$ 1er. año **225,000**

Mensualización			
Meses	%	Unds.	RD\$
junio	0.11	275	11,825
julio	0.14	350	15,050
agosto	0.10	250	10,750
septiembre	0.07	175	7,525
octubre	0.07	175	7,525
noviembre	0.08	200	8,600
diciembre	0.09	225	9,675
enero	0.06	150	6,450
febrero	0.06	150	6,450
marzo	0.07	175	7,525
abril	0.07	175	7,525
mayo	0.08	200	8,600
Totales	1.00	2,500	225,000



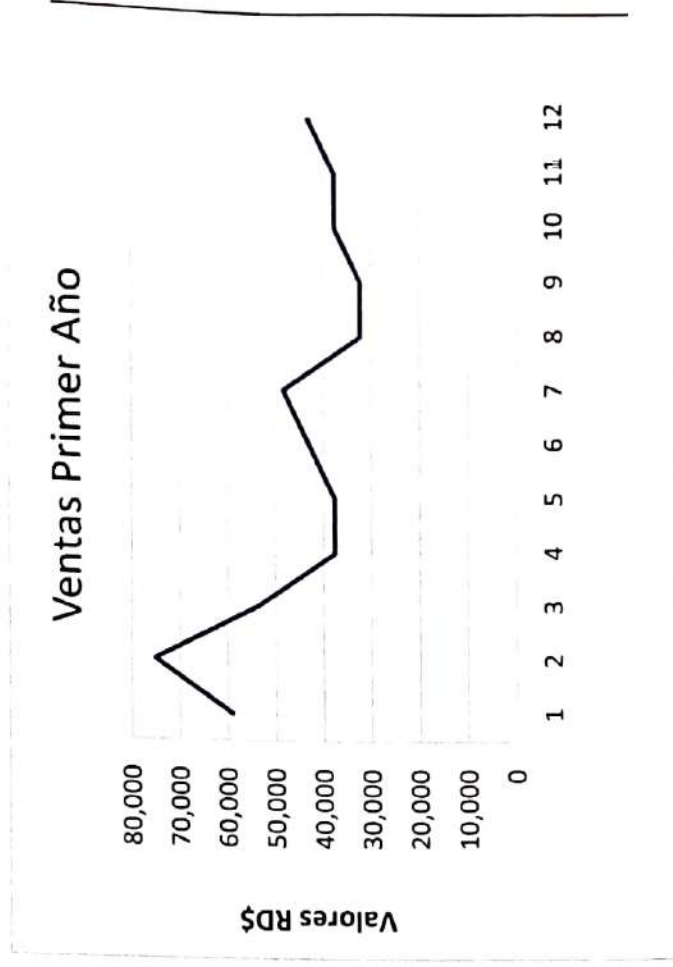
Producto **Agua**

Precio de venta **30.00**

Total Unds. 1er. año **12,500**

Total RD\$ 1er. año **375,000**

Mensualización				
Meses	%	Unds.	RD\$	
juno	0.11	1,375	59,125	
julio	0.14	1,750	75,250	
agosto	0.10	1,250	53,750	
septiembre	0.07	875	37,625	
octubre	0.07	875	37,625	
noviembre	0.08	1,000	43,000	
diciembre	0.09	1,125	48,375	
enero	0.06	750	32,250	
febrero	0.06	750	32,250	
marzo	0.07	875	37,625	
abril	0.07	875	37,625	
mayo	0.08	1,000	43,000	
Totales	1.00	12,500	375,000	



Capri Pizza S.R.L.
ORIGEN Y APLICACIÓN DE LOS
FONDOS
(EN RD\$)

APLICACIÓN	ORIGEN					
	EMPRENDEDOR		FINANCIAMIENTO			TOTAL
	Valor	%	Valor	%	Valor	
Materia Prima	979,497.70	29%	\$0.00	0%	979,497.70	29%
Capital Trabajo	1,408,575.54	42%	\$0.00	0%	1,408,575.54	42%
Equipo de Transporte	92,000.00	3%	\$0.00	0%	92,000.00	3%
Mobiliario y Equipos	853,500.00	26%	\$0.00	0%	853,500.00	26%
Mantenimiento	0.00	0%	\$0.00	0%	0.00	0%
TOTAL	3,333,573.25	100%	0%	0%	3,333,573.25	100%

Capri Pizza S.R.L.

FLUJO DE CAJA

	Inversion	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos																		
Balance Inicial	0	0	-1,397,551	-977,181	-743,071	-642,004	-542,536	-395,401	-265,049	-209,959	-156,739	-55,671	43,796	0	90,919	1,595,926	4,368,781	8,050,996
Inversion	\$3,333,573.25	689,687												689,687				
Cobros		825,000	1,050,000	750,000	525,000	525,000	600,000	675,000	450,000	450,000	525,000	525,000	600,000	7,500,000	8,625,000	12,506,250	18,134,063	26,294,397
Otros préstamos																		
Total de ingresos	3,333,573.25	1,514,687	-347,551	-227,181	-218,071	-117,004	57,464	279,599	184,951	240,041	368,261	469,329	643,796	8,189,687	8,715,919	14,102,176	22,502,844	34,345,387
Egresos																		
Maquinaria y Equipos	0	0																
Mobiliario y Equipos	853,500.00	853,500												0				
Equipos de Transporte	92,000.00	92,000												853,500				
Tecnología		0												92,000				
Cuentas por pagar														0				
Préstamo por pagar (capital)														0				
Capital de Trabajo	1,408,575.54	1,408,576												0	0	0	0	-
Costos de Producción		317,928	404,635	289,025	202,318	202,318	231,220	260,123	173,415	173,415	202,318	202,318	231,220	2,890,251	3,323,789	4,819,494	6,988,266	10,132,986
Gastos de Instalación	0																	
Gastos Administrativos	0	176,822	176,822	176,822	176,822	176,822	176,822	236,822	176,822	176,822	176,822	176,822	176,822	2,181,868	2,173,992	2,173,992	2,266,387	2,362,706
Gastos de operación	0	63,413	48,173	50,043	44,793	46,393	44,823	47,703	44,673	46,543	44,793	46,393	44,823	572,561	1,081,710	2,115,247	4,180,451	8,316,110
Regalía y Vacaciones																		
Intereses		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100,012	100,012	100,012	100,012	100,012	100,012
Impuesto Compañía														0	0	0	0	0
Total de egresos	2,354,075.54	2,912,238	629,630	515,890	423,932	425,532	452,865	544,648	394,910	396,780	423,932	425,532	552,877	8,098,768	7,119,994	9,733,394	14,451,848	22,205,964
Balance Final	-3,333,573.25	-1,397,551	-977,181	-743,071	-642,004	-542,536	-395,401	-265,049	-209,959	-156,739	-55,671	43,796	90,919	90,919	1,595,926	4,368,781	8,050,996	12,139,421
	-3,333,573	90,919	1,595,926	4,368,781	8,050,996	12,139,421												
		(3,242,654)	-1,646,728															

18%
70%
2 años y 5 meses
RD\$8,480,922.4
53%

Período de recuperación de la inversión

PR = 2.38 años

PR = $\frac{1,646,728}{4,368,781}$

0.38

ANEXOS



Capri Pizza S.R.L.
Pronóstico de Ingresos por venta

Productos o Líneas	Precio Unitario de Venta	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pizza grande	765.00	539	686	490	343	343	392	441	294	294	343	343	392	4 902	5 637	8 174	11 852	17 156
	Monto	412 500	525 000	375 000	262 500	262 500	300 000	337 500	225 000	225 000	262 500	262 500	300 000	3 750 000	4 312 500	6 253 125	9 067 031	13 147 195
Pizza mediana	550.00	225	286	205	143	143	164	184	123	123	143	143	164	2 045	2 352	3 411	4 946	7 171
	Monto	123 750	157 500	112 500	78 750	78 750	90 000	101 250	67 500	67 500	78 750	78 750	90 000	1 125 000	1 293 750	1 875 938	2 720 109	3 944 159
Pizza personal	300.00	275	350	250	175	175	200	225	150	150	175	175	200	2 500	2 875	4 169	6 045	8 765
	Monto	82 500	105 000	75 000	52 500	52 500	60 000	67 500	45 000	45 000	52 500	52 500	60 000	750 000	862 500	1 250 625	1 813 406	2 629 439
Refrescos	55.00	2 250	2 864	2 045	1 432	1 432	1 636	1 841	1 227	1 227	1 432	1 432	1 636	20 455	23 523	34 108	49 457	71 712
	Monto	123 750	157 500	112 500	78 750	78 750	90 000	101 250	67 500	67 500	78 750	78 750	90 000	1 125 000	1 293 750	1 875 938	2 720 109	3 944 159
Jugos	43.00	384	488	349	244	244	279	314	209	209	244	244	279	3 488	4 012	5 817	8 434	12 230
	Monto	16 500	21 000	15 000	10 500	10 500	12 000	13 500	9 000	9 000	10 500	10 500	12 000	150 000	172 500	250 125	362 681	525 888
Cerveza	90.00	275	350	250	175	175	200	225	150	150	175	175	200	2 500	2 875	4 169	6 045	8 765
	Monto	24 750	31 500	22 500	15 750	15 750	18 000	20 250	13 500	13 500	15 750	15 750	18 000	225 000	258 750	375 188	544 022	788 832
Agua	30.00	1 375	1 750	1 250	875	875	1 000	1 125	750	750	875	875	1 000	12 500	14 375	20 844	30 223	43 824
	Monto	41 250	52 500	37 500	26 250	26 250	30 000	33 750	22 500	22 500	26 250	26 250	30 000	375 000	431 250	625 313	906 703	1 314 720
TOTALES		5 323	6 775	4 839	3 387	3 387	3 871	4 355	2 903	2 903	3 387	3 387	3 871	48 390	55 649	80 691	117 002	169 553
	Monto	825 000	1 050 000	750 000	525 000	525 000	600 000	675 000	450 000	450 000	525 000	525 000	600 000	7 500 000	8 625 000	12 506 250	18 134 063	26 294 391

Materia Prima

Pizza grande					Pizza mediana				
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio * Unidad	Total	Descripción	Cantidad	Unidad	Precio * Unidad	Total
Masa o harina	1,00	1,00	\$60,00	\$60,00	Masa o harina	1,00	1,00	\$36,00	\$36,00
Queso	1,00	1,00	\$116,30	\$116,30	Queso	1,00	1,00	\$69,78	\$69,78
Jamón	1,00	1,00	\$30,00	\$30,00	Jamón	1,00	1,00	\$18,00	\$18,00
Salsa	1,00	1,00	\$25,00	\$25,00	Salsa	1,00	1,00	\$15,00	\$15,00
Gas propano	1,00	1,00	\$25,00	\$25,00	Gas propano	1,00	1,00	\$25,00	\$25,00
Caja o envase	1,00	1,00	\$25,00	\$25,00	Caja o envase	1,00	1,00	\$22,00	\$22,00
				\$0,00					\$0,00
				\$0,00					\$0,00
				\$0,00					\$0,00
				\$0,00					\$0,00
Total				\$281,30	Total				\$185,78

Pizza personal				
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio * Unidad	Total
Masa o harina	1,00	1,00	\$24,12	\$24,12
Queso	1,00	1,00	\$46,75	\$46,75
Jamón	1,00	1,00	\$12,06	\$12,06
Salsa	1,00	1,00	\$10,05	\$10,05
Gas propano	1,00	1,00	\$25,00	\$25,00
Caja o envase	1,00	1,00	\$17,00	\$17,00
				\$0,00
				\$0,00
				\$0,00
				\$0,00
Total				\$134,98

Capri Pizza S.R.L.
Relacion de Costos de ventas

Productos o Líneas	Costo Unitario	Mes													PROYECCION				
			junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pizza grande	281.30	Unidades	539	686	490	343	343	392	441	294	294	343	343	392	4 902	5 637	8 174	11 852	17 166
		Monto	151 681	193 049	137 892	96 525	96 525	110 314	124 103	82 735	82 735	96 525	96 525	110 314	1 378 922	1 585 760	2 299 352	3 334 060	4 834 387
Pizza mediana	185.78	Unidades	225	286	205	143	143	164	184	123	123	143	143	164	2 045	2 352	3 411	4 946	7 171
		Monto	41 801	53 201	38 000	26 600	26 600	30 400	34 200	22 800	22 800	26 600	26 600	30 400	380 005	437 005	633 658	918 803	1 332 265
Pizza personal	134.98	Unidades	275	350	250	175	175	200	225	150	150	175	175	200	2 500	2 875	4 169	6 045	8 765
		Monto	37 120	47 243	33 745	23 622	23 622	26 996	30 371	20 247	20 247	23 622	23 622	26 996	337 450	388 068	562 698	815 912	1 183 072
Refresco	22.00	Unidades	2 250	2 864	2 045	1 432	1 432	1 636	1 841	1 227	1 227	1 432	1 432	1 636	20 455	23 523	34 108	49 457	71 712
		Monto	49 500	63 000	45 000	31 500	31 500	36 000	40 500	27 000	27 000	31 500	31 500	36 000	450 000	517 500	750 375	1 088 044	1 577 663
Lugo	25.80	Unidades	384	488	349	244	244	279	314	209	209	244	244	279	3 488	4 012	5 817	8 434	12 230
		Monto	9 900	12 600	9 000	6 300	6 300	7 200	8 100	5 400	5 400	6 300	6 300	7 200	90 000	103 500	150 075	217 609	315 533
Cerveza	49.50	Unidades	275	350	250	175	175	200	225	150	150	175	175	200	2 500	2 875	4 169	6 045	8 765
		Monto	13 613	17 325	12 375	8 663	8 663	9 900	11 138	7 425	7 425	8 663	8 663	9 900	123 750	142 313	206 353	299 212	433 857
Agua	10.41	Unidades	1 375	1 750	1 250	875	875	1 000	1 125	750	750	875	875	1 000	12 500	14 375	20 644	30 223	43 824
		Monto	14 314	18 218	13 013	9 109	9 109	10 410	11 711	7 808	7 808	9 109	9 109	10 410	130 125	149 644	216 983	314 626	456 208
TOTAL		Unidades	5 323	6 775	4 839	3 387	3 387	3 871	4 355	2 903	2 903	3 387	3 387	3 871	48 390	55 649	80 691	117 002	169 653
		Monto	317 928	404 635	289 025	202 518	202 318	231 220	260 123	173 415	173 415	202 318	202 318	231 220	2 890 251	3 323 789	4 819 494	6 988 266	10 132 986

Capri Pizza S.R.L.
Resumen de Costos y Gastos

	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	Año 1	1.00 Año 2	1.00 Año 3	1.04 Año 4	1.04 Año 5
Costo de ventas																	
Costo de ventas	317.928	404.635	289.025	202.318	202.318	231.220	260.123	173.415	173.415	202.318	202.318	231.220	2.890.251	3.323.789	4.819.494	6.988.266	10.132.986
Gastos																	
Administrativos																	
Sueldos Fijos	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000	756.000	756.000	756.000	788.130	821.626
Sueldos Variables	105.937	105.937	105.937	105.937	105.937	105.937	105.937	105.937	105.937	105.937	105.937	105.937	1.271.248	1.271.248	1.271.248	1.325.276	1.381.600
Incentivos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comisiones a vendedores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Honorarios profesionales y legales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Regalia pascual	5.250	5.250	5.250	5.250	5.250	-	60.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vacaciones	3.084	3.084	3.084	3.084	5.250	5.250	5.250	5.250	5.250	5.250	5.250	5.250	63.000	63.000	63.000	65.678	68.469
Seguridad Social (TSS)	3.578	3.375	3.375	3.375	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084	37.012	37.012	37.012	38.585	40.225
Riesgo Laboral	530	500	500	3.375	3.375	3.375	3.375	3.375	3.375	3.375	3.375	3.375	40.703	40.703	40.703	42.432	44.236
Seguros Familiar Salud	3.721	3.510	3.510	3.510	500	500	500	500	500	500	500	500	6.030	6.030	6.030	-	-
Preaviso y cesantia	-	-	-	-	3.510	3.510	3.510	3.510	3.510	3.510	3.510	3.510	42.331	-	-	-	-
Combustible Vendedores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Atenciones al personal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotep	530	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.030	6.030	6.030	6.286	6.553
Otros beneficios al personal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total administrativos	185.157	185.157	185.157	185.157	185.157	185.157	245.157	185.157	185.157	185.157	185.157	185.157	2.222.353	2.173.992	2.173.992	2.266.387	2.362.709
Operacion																	
Combustibles y lubricantes	2.938	2.938	3.088	2.938	2.938	3.088	2.938	2.938	3.088	2.938	2.938	3.088	35.851	68.765	134.592	266.096	529.255
Mantenimientos de activos	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200	8.050	15.750	31.150	61.950
Suministros	16.590	1.350	3.070	1.470	3.070	1.350	4.380	1.350	3.070	1.470	3.070	1.350	41.590	66.590	131.830	260.590	519.710
Agua y Basura	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600	6.900	13.500	26.700	53.100
Energía eléctrica	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	120.000	230.000	450.000	890.000	1.770.000
Alquileres	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	300.000	575.000	1.125.000	2.225.000	4.425.000
Comunicaciones	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	14.820	28.405	55.575	109.915	218.595
Atenciones a clientes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidad y promoción	7.000	7.000	7.000	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	52.500	98.000	189.000	371.000	738.500
Seguros a la propiedad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de cuentas incobrables	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total operación	63.413	48.173	50.043	44.793	46.393	44.823	47.703	44.673	46.543	44.793	46.393	44.823	572.561	1.081.710	2.115.247	4.180.451	8.316.110
	248.569	233.329	235.199	229.949	231.549	229.979	292.859	229.829	231.699	229.949	231.549	229.979					
	176.822	176.822	176.822	176.822	176.822	176.822	236.822	176.822	176.822	176.822	176.822	176.822	176.822				
	8.334	16.669	25.003	33.337	41.672	50.006	58.340	66.675	75.009	83.343	91.678	100.012					

Empresa Capri Pizza S.R.L.
PROYECCIÓN DE VENTAS
(En Unidades y RD\$)

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA		junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pizzas Grandes	765,00	Unds.	539	686	490	343	343	392	441	294	294	343	343	392	4.902	5.637	8.174	11.852	17.186
		Valores	412.500	525.000	375.000	262.500	262.500	300.000	337.500	225.000	225.000	262.500	262.500	300.000	3.750.000	4.312.500	6.251.250	9.067.031	13.147.195
Pizzas Medianas	550,00	Unds.	225	286	205	143	143	164	184	123	123	143	143	164	2.045	2.352	3.411	4.946	7.171
		Valores	123.750	157.500	112.500	78.750	78.750	90.000	101.250	67.500	67.500	78.750	78.750	90.000	1.125.000	1.291.750	1.875.938	2.720.109	3.944.159
Pizzas Personales	300,00	Unds.	275	350	250	175	175	200	225	150	150	175	175	200	2.500	2.875	4.169	6.045	8.765
		Valores	82.500	105.000	75.000	52.500	52.500	60.000	67.500	45.000	45.000	52.500	52.500	60.000	750.000	862.500	1.250.625	1.811.406	2.629.449
Helados	55,00	Unds.	2.250	2.864	2.045	1.432	1.432	1.636	1.841	1.227	1.227	1.432	1.432	1.636	20.455	23.523	34.108	49.457	71.712
		Valores	123.750	157.500	112.500	78.750	78.750	90.000	101.250	67.500	67.500	78.750	78.750	90.000	1.125.000	1.291.750	1.875.938	2.720.109	3.944.159
Lugos	43,00	Unds.	384	488	349	244	244	279	314	209	209	244	244	279	3.488	4.012	5.817	8.434	12.230
		Valores	16.500	21.000	15.000	10.500	10.500	12.000	13.500	9.000	9.000	10.500	10.500	12.000	150.000	172.500	250.125	362.681	525.888
Cervezas	90,00	Unds.	275	350	250	175	175	200	225	150	150	175	175	200	2.500	2.875	4.169	6.045	8.765
		Valores	24.750	31.500	22.500	15.750	15.750	18.000	20.250	13.500	13.500	15.750	15.750	18.000	225.000	258.750	375.188	544.022	788.832
Agua	30,00	Unds.	1.375	1.750	1.250	875	875	1.000	1.125	750	750	875	875	1.000	12.500	14.375	20.844	30.223	43.824
		Valores	41.250	52.500	37.500	26.250	26.250	30.000	33.750	22.500	22.500	26.250	26.250	30.000	375.000	431.250	625.111	906.703	1.314.720
TOTAL UNIDADES			5.323	6.775	4.839	3.387	3.387	3.871	4.355	2.903	2.903	3.387	3.387	3.871	48.390	55.649	80.691	117.002	169.653
TOTAL VALORES			825.000	1.050.000	750.000	525.000	525.000	600.000	675.000	450.000	450.000	525.000	525.000	600.000	7.500.000	8.625.000	12.506.250	18.134.061	26.294.391

PREMISAS:

- 1) El pronóstico se realiza a partir de la demanda potencial.
- 2) Al volumen total de la demanda potencial para un año se le aplicó el % requerido por cada producto que la empresa producirá y distribuirá.
- 3) La mensualización se basa en los picos altos/bajos en las demandas del producto durante todo el año.
- 4) Se estima un incremento de 15% en las ventas del 2do año, un 45% para el 3ro, 4to y 5to año.

Capri Pizza S.R.L.
Nomina de Empleados fijos

		Junio	Julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Nombre Gabriela	Posicion Administrador																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00
2	Nombre Maria	Posicion Encargado de Ventas																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00
3	Nombre Vacante	Posicion Encargado de Contabilidad																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo	\$15.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00
4	Nombre Julio	Posicion Encargado de Producción																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00
	Total Sueldos		\$53.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00
	Total retencion DGII		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	FP Empleado		\$1.441,60	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00	\$1.360,00
	TSS Empleado		\$3.577,50	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00	\$3.375,00
	SFS Empleado		\$1.595,30	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00	\$1.505,00
	SFS Empleado		\$3.720,60	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00	\$3.510,00
	Infotep		\$530,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
	ARL		\$530,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
	ARS																	
			\$5.315,90	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00	\$5.015,00

Capri Pizza S.R.L.
Nomina de Empleados x hora

		Junio	Julio	Agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Nombre Vacante	Posicion Pizzero 1																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$155.897,28	\$258.803,12	\$584.614,80	\$1.156.238,16	\$2.299.484,88
2	Nombre Vacante	Posicion Pizzero 2																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$155.897,28	\$258.803,12	\$584.614,80	\$1.156.238,16	\$2.299.484,88
3	Nombre Vacante	Posicion Cajero																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$12.991,44	\$155.897,28	\$258.803,12	\$584.614,80	\$1.156.238,16	\$2.299.484,88
4	Nombre Vacante	Posicion Camarero																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$12.343,41	\$148.120,92	\$283.896,43	\$555.453,45	\$1.098.563,49	\$2.184.783,57
5	Nombre Vacante	Posicion Recepcionista																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$129.605,76	\$248.411,04	\$486.021,60	\$961.242,72	\$1.911.684,96
6	Nombre Vacante	Posicion Repartidor 1																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$129.605,76	\$248.411,04	\$486.021,60	\$961.242,72	\$1.911.684,96
7	Nombre Vacante	Posicion Repartidor 2																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$129.605,76	\$248.411,04	\$486.021,60	\$961.242,72	\$1.911.684,96
8	Nombre Vacante	Posicion Asistente pizzero																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$10.800,48	\$129.605,76	\$248.411,04	\$486.021,60	\$961.242,72	\$1.911.684,96
9	Nombre Vacante	Posicion Conserje																
		Retencion DGII	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		Sueldo Mensual	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$9.874,73	\$118.496,76	\$227.118,79	\$444.362,65	\$878.850,97	\$1.747.827,21
Total Sueldos			\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$104.394,38	\$1.252.732,56	\$2.401.070,74	\$4.697.747,10	\$9.291.099,82	\$18.477.805,26
Total retencion DGII			\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$2.839,53	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
FP Empleado			\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$7.046,62	\$84.559,45	\$154.148,74	\$301.595,36	\$596.468,61	\$1.186.275,10
TSS Empleado			\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$3.142,27	\$37.707,25	\$74.414,50	\$148.829,00	\$297.658,00	\$595.316,00
SFS Empleado			\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$7.328,49	\$87.941,83	\$175.883,66	\$351.767,32	\$703.534,64	\$1.407.069,28
Infotep			\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$12.527,33	\$25.054,66	\$50.109,32	\$100.218,64	\$200.437,28
ARL			\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$12.527,33	\$25.054,66	\$50.109,32	\$100.218,64	\$200.437,28
ARS			\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$1.043,94	\$12.527,33	\$25.054,66	\$50.109,32	\$100.218,64	\$200.437,28

	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ingresos	825.000	1.050.000	750.000	525.000	525.000	600.000	675.000	450.000	450.000	525.000	525.000	600.000	7.500.000	8.625.000	12.506.250	18.134.063	26.294.791
Costo de venta	317.928	404.635	289.025	202.318	202.318	231.220	260.123	173.415	173.415	202.318	202.318	231.220	2.890.251	3.323.789	4.819.494	6.988.266	10.132.986
Material Prima	317.928	404.635	289.025	202.318	202.318	231.220	260.123	173.415	173.415	202.318	202.318	231.220	2.890.251	3.323.789	4.819.494	6.988.266	10.132.986
Gastos indirectos																	
Total Costos	507.072	645.365	460.975	322.682	322.682	368.780	414.877	276.585	276.585	322.682	322.682	368.780	4.609.749	5.301.211	7.686.756	11.145.797	16.161.405
Utilidad bruta en ventas																	
Gastos	185.157	185.157	185.157	185.157	185.157	185.157	245.157	185.157	185.157	185.157	185.157	185.157	2.281.880	2.173.992	2.173.992	2.266.387	2.362.709
Administrativos	63.413	48.173	50.043	44.793	46.393	44.823	47.703	44.673	46.543	44.793	46.393	44.823	572.561	1.081.710	2.115.247	4.180.451	8.316.110
Gastos de cooperación	0,00	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses por financiamiento																	
Total Gastos	248.569	233.329	235.199	229.949	231.549	229.979	292.859	229.829	231.699	229.949	231.549	229.979	2.854.441	3.255.702	4.289.239	6.446.838	10.678.819
Resultado de operación	258.503	412.036	225.776	92.733	91.133	138.801	122.018	46.756	44.886	92.733	91.133	138.801	1.755.308	2.045.509	3.397.517	4.698.958	5.482.586
Depreciación	19.698	19.698	19.698	19.698	19.698	19.698	19.698	19.698	19.698	19.698	19.698	19.698	236.375	236.375	236.375	236.375	236.375
Resultado antes de impuestos	238.805	392.338	206.078	73.035	71.435	119.103	102.320	27.058	25.188	73.035	71.435	119.103	1.518.933	1.809.134	3.161.142	4.462.583	5.246.211
Impuesto a pagar													1.518.933	1.809.134	3.161.142	4.462.583	5.246.211
Ganancia después de Impuesto													440.491	324.649	910.731	1.274.149	1.521.401
													1.078.442	1.284.485	2.244.411	3.188.414	3.724.810

290.201

DEPRECIACION ACTIVOS :

Edificaciones	-	0,15	-	-
Mobiliario Y Equipos	853.500	0,25	213.375	17.781
Maquinaria y herramientas	-	0,25	-	-
Equipos de Transporte	92.000	0,25	23.000	1.917
	<u>945.500</u>		<u>236.375</u>	<u>19.698</u>

Capri Pizza S.R.L.
Listado de Mobiliario y Equipos

Total \$ 853.500,00

Cantidad	Descripcion	Valor	Monto
1	Horno industrial para pizzerías	\$ 125 000 00	\$ 125 000 00
1	Cilindro industrial para estirar masa de pizza	\$ 70 000 00	\$ 70 000 00
1	Refrigerador	\$ 52 000 00	\$ 52 000 00
1	Conservador	\$ 50 000 00	\$ 50 000 00
2	Exhibidores	\$ 70 000 00	\$ 140 000 00
1	Balanza digital	\$ 15 000 00	\$ 15 000 00
8	Bandejas para pizzas	\$ 350 00	\$ 2 800 00
3	Corta pizza	\$ 650 00	\$ 1 950 00
2	Destapadores	\$ 75 00	\$ 150 00
1	Mesa de acero inoxidable grande	\$ 35 000 00	\$ 35 000 00
15	Mesas para comensales	\$ 3 000 00	\$ 45 000 00
50	Sillas para comensales	\$ 500 00	\$ 25 000 00
2	Acondicionadores de aire	\$ 50 000 00	\$ 100 000 00
3	PC	\$ 25 000 00	\$ 75 000 00
1	Caja registradora	\$ 45 000 00	\$ 45 000 00
3	Silla giratoria	\$ 3 000 00	\$ 9 000 00
3	Escritorio	\$ 5 000 00	\$ 15 000 00
4	Espátula	\$ 250 00	\$ 1 000 00
2	Brocha	\$ 150 00	\$ 300 00
2	Pala	\$ 1 500 00	\$ 3 000 00
1	Fregadero	\$ 7 000 00	\$ 7 000 00
1	Bebadero	\$ 6 000 00	\$ 6 000 00
2	Botellones para agua	\$ 150 00	\$ 300 00
3	Sumadora	\$ 1 500 00	\$ 4 500 00
1	Mueble para zafacón	\$ 4 500 00	\$ 4 500 00
20	Bandejas para servir al cliente	\$ 300 00	\$ 6 000 00
1	Tanque de gas industrial 50 galones	\$ 15 000 00	\$ 15 000 00

Listado de Equipos de Transporte

Total \$ 92.000,00

Cantidad	Descripcion	Valor	Monto
2	Motocicletas	\$ 46 000 00	\$ 92 000 00
			\$ 0 00
			\$ 0 00

Capri Pizza S.R.L.
BALANCE GENERAL
AÑOS TERMINADOS EL 31 de MMMM DEL AÑO 1, 2, 3, 4, 5
(Valores expresados en RD\$)

	Actual	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	mayo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos																		
Efectivo	1 408 576	-1 397 551	-977 181	-743 071	-642 004	-542 536	-395 401	-265 049	-209 959	-156 739	-55 671	43 796	90 919	0	1 595 926	4 368 781	8 050 996	12 139 421
Cuentas por cobrar	-	23 060	29 349	20 964	14 675	14 675	16 771	18 867	12 578	12 578	14 675	14 675	16 771	0	0	0	0	0
Inventarios	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Terrenos	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mobiliario y equipo de oficina	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500	853 500
Maquinaria y herramientas	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vehículo	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000	92 000
Depreciación acumulada	(19 698)	(19 698)	(39 396)	(59 094)	(78 792)	(98 490)	(118 188)	(137 885)	(157 583)	(177 281)	(196 979)	(216 677)	(236 375)	-236 375	-472 750	-709 125	-945 499	-945 499
Total de activos	2 354 076	-448 689	-41 728	164 299	239 379	319 149	448 682	561 433	590 536	624 058	707 524	787 294	816 815	800 044	2 068 676	4 605 156	8 050 997	12 139 422
Pasivos																		
Cuentas por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Préstamos por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Accumulaciones por Pagar	-	8 334	16 669	25 003	33 337	41 672	50 006	58 340	66 675	75 009	83 343	91 678	100 012	-	0	-	-	-
Otras cuentas por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impuesto por Pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total pasivos	-	8 334	16 669	25 003	33 337	41 672	50 006	58 340	66 675	75 009	83 343	91 678	100 012	440 491	524 649	916 731	1 294 149	1 521 401
Capital	3 333 573	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500	945 500
Utilidades Años Anteriores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resultados	-	238 805	631 143	837 221	910 256	981 691	1 100 794	1 203 114	1 230 172	1 255 360	1 328 395	1 399 830	1 518 933	1 078 442	1 078 442	1 284 485	2 244 411	3 724 810
Total Capital	3 333 573	1 184 305	1 576 643	1 782 721	1 855 756	1 927 191	2 046 294	2 148 614	2 175 672	2 200 860	2 273 895	2 345 330	2 464 433	2 023 942	3 308 427	5 552 838	8 721 272	12 446 082
Total pasivo y capital	3 333 573	1 192 640	1 593 312	1 807 724	1 889 093	1 968 863	2 096 300	2 206 954	2 242 347	2 275 869	2 357 238	2 437 008	2 564 445	2 464 433	3 833 076	6 469 569	10 015 421	13 967 484

Encuesta

Saludos, Somos estudiantes de Postgrado de la Universidad Apec y realizaremos un Plan de Negocios como trabajo de monográfico. Estamos realizando esta encuesta con la finalidad de conocer su opinión sobre la apertura de una pizzería en su entorno. Agradeceremos su colaboración.

- Sexo F____ M____
- Edad 20-24____ 25-34____ 35-44____ 45-54____ 54-65____
- Estado Civil Soltero____ Casado____ Divorciado____
- Sector_____

1) ¿Consume usted pizza?
Si____ No____

2) ¿Usted tiene hijos?
Si____ No____ (Si su respuesta es no y consume pizza, continúe la encuesta y pase a la pregunta 4. Si no la consume y no tiene hijos, termine la encuesta).

3) ¿Lleva usted a sus hijos a comer pizza?
Si____ No____ (Porqué)_____

4) ¿Con qué frecuencia la consume (n)?
Dos veces a la semana____ Semanal____ Quincenal____ Mensual____
Otro (especifique)_____

5) ¿Normalmente qué cantidad de pizza compra?
Un Pedazo____ Pizza Personal (4 pedazos)____ Pizza Mediana____
Pizza Grande____

6) ¿Cuáles son sus ingredientes favoritos?
Queso____ Jamón y queso____ Peperonni____ Otro (especifique)_____



- 7) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pedazo de pizza?
 RD\$100.00____ RD\$120.00____ RD\$130.00____ RD\$140.00____
 RD\$160.00 Otro_____
- 8) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pizza grande?
 RD\$350.00____ RD\$400.00____ RD\$500.00____ RD\$550.00____ RD\$650.00____ Otro_____
- 9) ¿Qué usted quisiera recibir por el precio que está pagando?
 Calidad____ Rapidez____ Higiene____ Otro_____
- 10) ¿Actualmente tiene usted una pizzería en particular que frecuente?
 Si____(especifique el nombre)_____ No_____
- 11) ¿Le gustaría tener cerca de su comunidad una nueva pizzería?
 Si____ No_____
- 12) A diferencia de la competencia, ¿qué le gustaría a usted que le ofreciera de novedoso esta pizzería?
 Puede escoger una o varias opciones.
- Servicio más rápido(Pizza entregada en 20 minutos en delivery)_____
 - Mayor higiene (papel encerado en las cajas debajo de la pizza)_____
 - Bonos acumulativos para poder celebrar cumpleaños gratis_____
 - Regalos a los consumidores con 5 o más visitas al mes a la pizzería_____
 - Otro_____

Gracias por su tiempo