



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA RÁPIDA EN EL NUEVO AEROPUERTO INTERNACIONAL MARISCAL SUCRE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL SECTOR DE TABABELA”**

**TESIS PREVIA A OPTAR AL GRADO DE INGENIERA COMERCIAL**

**AUTOR:**

*María Cumandá Ortega Mafla*

**DIRECTOR:**

*Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.*

**LOJA - ECUADOR**  
**2014**

## CERTIFICACIÓN

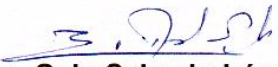
**Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.**  
**DIRECTOR DE TESIS**

### **CERTIFICA:**

Que la tesis previa a la obtención del grado de INGENIERA COMERCIAL, del tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA RÁPIDA EN EL NUEVO AEROPUERTO INTERNACIONAL MARISCAL SUCRE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL SECTOR DE TABABELA”**, realizado por la aspirante María Cumandá Ortega Mafla, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido. Por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, Julio del 2014

Atentamente;

  
**Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.**  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORIA

Yo, María Cumandá Ortega Mafía, declaro ser autora del presente trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autor:** María Cumandá Ortega Mafía.

**Firma:**   
\_\_\_\_\_

**Cédula:** 0400630869

**Fecha:** Loja, Julio del 2014.


**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo María Cumandá Ortega Mafía declaro ser autora de la tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA RÁPIDA EN EL NUEVO AEROPUERTO INTERNACIONAL MARISCAL SUCRE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL SECTOR DE TABABELA" como requisito para optar al título de INGENIERA COMERCIAL; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 09 días del mes de julio del dos mil catorce, firma el autor.

Firma: 

**Autor:** María Cumandá Ortega Mafía

**Cédula:** 0400630869

**Dirección:** Quito, Ciudadela Rumiñahui

**Correo electrónico:** ortegamaflacumanda@hotmail.com

**Teléfono Celular:** 0999953321

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Ing. Lolyta Hualpa Lima Mg. Sc.

Presidenta

Ing. Edison espinosa Bailón Mg. Sc.

Vocal

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

Vocal

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento

A mi Madre y a mi Padre por darme una educación adecuada.

A mis hermanos, que han sido un ejemplo de superación, y me han enseñado que con esfuerzo y constancia todo es posible.

A mi querida Universidad Nacional de Loja, por haberme dado la enseñanza y metodología a distancia para la consecución de este título.

María Cumandá Ortega Mafla

## **DEDICATORIA**

Dedico enteramente este trabajo a mi hijo PEDRO MATEO primeramente y a mi familia entre ellos a mis padres, hermanos por haber estado siempre impulsándome y motivándome día a día para la consecución de este trabajo.

Además agradezco a mis amigos más cercanos por darme su apoyo en todo este tiempo que me ha tomado para realizar este proyecto viable.

Finalmente dedico este trabajo a todas las personas que estuvieron a mi lado en diferentes etapas de mi vida acompañándome en situaciones adversas dándome su mano para surgir nuevamente y no caer.

Cumandá

**a) TÍTULO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA RÁPIDA EN EL NUEVO AEROPUERTO INTERNACIONAL MARISCAL SUCRE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL SECTOR DE TABABELA”**

## **b) RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal proyecto de factibilidad para la implementación de un local de comida rápida en el nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito en el sector de Tababela, el cual dio origen al tema de tesis, el cual es el primer ítem del trabajo.

En el ítem b, consta de una introducción en donde se realiza una difusión de los puntos que dieron origen al tema de tesis, a continuación se presenta la revisión de literatura en donde se conceptualiza los componentes del trabajo investigativo; luego se presentan los materiales y métodos donde se explican los materiales que fueron necesarios para la realización del trabajo de tesis, además los distintos métodos utilizados, como el método inductivo, deductivo, y las técnicas que se aplicaron como la observación directa y la encuesta aplicada para establecer la demanda y oferta del producto, para la demanda se aplicó a los usuarios del aeropuerto, determinando una muestra de 400 encuestas y para determinar la oferta se aplicaron a los locales de comida rápida que se encuentran en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito que son 6 en total, con estos datos se pudo elaborar el siguiente punto, resultados donde se presentan los resultados de las encuestas realizadas determinando la demanda potencial que fue de 2322300 personas; la demanda real que fue de 998.589 personas, luego el consumo per cápita de hamburguesas se calculó en 50 hamburguesas anuales promedio por persona, lo que permitió determinar la demanda



efectiva en 49,226,722 hamburguesas; luego mediante la encuesta elaborada a los oferentes se determinó la oferta total en 10224 hamburguesas, por lo cual se pudo calcular la demanda insatisfecha que fue de 49'216.498 hamburguesa para el primer año de vida útil del proyecto. Además se elaboró el estudio técnico dentro del cual se determinó la capacidad instalada en 30720, trabajando al 80% para el primer año es decir 24576 hamburguesas, el estudio administrativo permitió determinar que la empresa se conformará legalmente como una compañía de responsabilidad limitada, y finalmente el estudio financiero da a conocer la inversión total de \$ 10,243.68, la misma que se financiará con el 51% por parte de los inversionistas y el 49% con un crédito al Banco de Fomento a 2 años plazo así se calculó los indicadores financieros los cuales determinan la factibilidad del mismo; los costos totales para el primer año será de \$ 68,473.91, lo cual determina un costo unitario de \$ 3,20 por cada hamburguesa, con un margen de utilidad del 15% que da un total de ingresos de \$ 78,745.00. En la evaluación financiera, el VAN tuvo un valor positivo de \$18,532.26, la TIR será 76.37%, la recuperación del capital se dará en 1 año 2 meses y 4 días, en la relación beneficio costo se obtiene un valor de 0,15 centavos de dólar por cada dólar invertido, el análisis de sensibilidad demuestra que el proyecto soporta 6,46% de incremento en sus costos y un 5,50% en la disminución de sus ingresos. Por lo antes dicho se demuestra que es factible la implementación del proyecto de inversión.

## **ABSTRACT**

This research project's main objective was the implementation feasibility of a local fast food at the new airport Marshal Sucre in Quito Tababela sector, which gave rise to the thesis topic, which is the first item of work.

In item b, has an introduction where diffusion of the points that gave rise to the thesis topic, then the literature review in which the components of the research work presented was conceptualized hits; then the materials and methods where the materials that went into the completion of the thesis are explained, as well the various methods used, such as inductive, deductive, and techniques that were applied as direct observation and survey of present to establish the demand and supply of the product, demand was applied to airport users, determining a sample of 400 surveys and to determine the offer applied to fast food found in the Airport Tababela City Quito are 6 in total, these data could produce the next point, where the results of the survey results are presented performed by determining the potential demand was 2,322,300 people; the actual demand was 998 589 people, then the per capita consumption was calculated Hamburger on average 50 burgers per person per year, which allowed us to determine the effective demand burgers 49,226,722; then survey conducted by the bidders in the total supply 10224 Hamburger was determined, so it was possible to calculate the unmet demand was 49'216 .498 burger for the first year of project life. Besides the technical study in which the installed 30720 capacity was determined, working at 80% for the first year ie 24576 Hamburger, administrative work is

to establish that the company is legally conform as a limited liability company, and finally developed financial study discloses the total investment of \$ 10,243.68, the same to be financed 51% by the investors and 49% with a credit to Banco de Fomento a 2 year term and financial indicators was calculated which determining the feasibility of the same; total costs for the first year will be \$ 68,473.91, which determines a unit cost of \$ 3.20 per burger, with a profit margin of 15% for a total revenue of \$ 78,745.00. The financial evaluation, had a positive NPV value of \$ 18,532.26, the IRR is 76.37%, recovery of capital will be in 1 year 2 months and 4 days, the cost benefit ratio of 0.15 cents a value is obtained dollar for every dollar invested, the sensitivity analysis shows that the project supports 6.46% increase in costs and 5.50% decrease in their income. As said before it proves feasible implementation of the investment project.

### **c) INTRODUCCIÓN**

En la primera década del siglo XXI, el apareamiento o creación de nuevas organizaciones productivas ha sido muy reducido, los cambios han unificado a sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. La riqueza y la prosperidad ya no están ligadas a la posesión de recursos físicos y tecnología, sino se sustenta en la inteligencia y sobre todo las ideas.

En algunos aeropuertos el principal inconveniente que se presenta son los retrasos de vuelos o cancelaciones de los mismos y por sus retrasos a la hora de embarcarse pierden su vuelo entonces se ven obligados a esperar un tiempo considerable hasta retomar sus itinerarios de vuelo, los usuarios al tener este tiempo disponible, optan por otras actividades como alimentarse, o hacer compras, etc. En el caso del nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito en el sector de Tababela, la proporción de retrasos en los vuelos es considerable pero varía en función de las épocas del año. El tiempo de espera aumenta en las fechas de las vacaciones más importantes (verano y navidades). Tomando en cuenta todas estas causas los vuelos en el Aeropuerto Mariscal Sucre también se retrasan lo que hace que sus usuarios les toque pernoctar, mientras esperan las salidas de los mismos, los pasajeros tienen tiempo disponible, encontrándose con la necesidad de aprovechar esta oportunidad de una manera práctica en su mayoría, descansando, paseando, comiendo o comprando. Encontrándose con el gran inconveniente de la distancia del

terminal aéreo hacia los centros turísticos y comerciales de la ciudad, resulta difícil trasladarse a conseguir comida rápida, por esta razón deben buscar dentro del mismo aeropuerto: alimentación, la misma que debe ser comida rápida, saludable y con precios accesibles. Por todas estas razones expuestas que es necesario realizar **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA RÁPIDA EN EL NUEVO AEROPUERTO INTERNACIONAL MARISCAL SUCRE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL SECTOR DE TABABELA**. Por lo cual se cumplieron los siguientes objetivos específicos.

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y la demanda del producto.
- Elaborar el estudio técnico para la instalación de un local de comida rápida en el nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, en el sector de Tababela, el mismo que permitirá determinar el tamaño del proyecto en cuanto a la capacidad instalada y utilizada y además su localización.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa con enfoque estratégico.
- Determinar la inversión, costos y gastos que la instalación del local generará.
- Evaluar financieramente el proyecto que se va a realizar.
- Establecer la factibilidad y rentabilidad del proyecto a través de indicadores económicos.

Para el cumplimiento de ellos se realizó en el trabajo de tesis y dando cumplimiento al reglamento vigente en la Universidad Nacional de Loja, el resumen, donde constan de forma general cada punto de la tesis, así mismo la introducción donde se denota la problemática que dio origen al tema de tesis, luego consta la revisión de literatura donde consta la sustentación teórica de los conceptos aplicados en el desarrollo del trabajo. En los materiales y métodos se exponen cada componente que fue utilizado en el desarrollo del trabajo de tesis, así como los métodos utilizados y las técnicas aplicadas; luego se exponen los resultados de las encuestas tabuladas, mediante las cuales se pudo realizar la discusión de resultados, donde consta el estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero y la evaluación financiera. Una vez establecidos los estudios correspondientes se puede establecer las conclusiones y recomendación del trabajo de tesis de acuerdo a los objetivos cumplidos. Finalmente consta la bibliografía y los anexos donde se recopila las partes más importantes del proyecto de tesis y el formato de las encuestas realizadas.

## d) REVISIÓN DE LITERATURA

### MARCO REFERENCIAL

**Comida rápida.**- “(en inglés: fast food) es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados.

Aunque ya desde la antigua Roma se servía en puestos callejeros panes planos con olivas o el faláfel en el Medio Oriente, no es hasta el año 1912 cuando se abre el primer automat, un local que ofrecía comida detrás de una ventana de vidrio y una ranura para pagar.

Una de las características más importantes de la comida rápida es la homogeneidad de los establecimientos donde se sirve, así como la ausencia de camareros que sirvan en mesa, y el hecho de que la comida se sirva sin cubiertos.”<sup>1</sup>

**Historia.**- “En 1912 se abre el primer automat en Nueva York un local que ofrecía comida detrás de una ventana de vidrio y una ranura para pagar con monedas. El sistema ya existía antes en Berlín y en algunas ciudades de Estados Unidos como Filadelfia. La firma popularizó la comida para llevar bajo el eslogan "menos trabajo para mamá".<sup>2</sup>

“Luego con la llegada de los populares drive-through en los 1940s en Estados Unidos periodo en el que se hace muy popular servir comidas sin

---

<sup>1</sup> [http://www.trabajo.com.mx/la\\_comida\\_rapida\\_caracteristicas\\_y\\_ventajas.htm](http://www.trabajo.com.mx/la_comida_rapida_caracteristicas_y_ventajas.htm)

<sup>2</sup> <http://salud.doctissimo.es/diccionario-medico/comida-rapida.html>

necesidad de salir de un coche, el concepto "*fast food*" se instala en la vida de Occidente. Las comidas se sirven a pie de calle o en algunos países se ofrecen en locales comunes denominados *food courts*. La hamburguesa se hace muy popular en la cocina estadounidense. El concepto de comida rápida aparecía en Europa durante las Guerras Napoleónicas cuando en el siglo XIX los mercenarios cosacos del Ejército Ruso en Francia solicitaban en los restaurantes que se les sirvieran lo antes posible, mencionando repetidas veces la palabra *Bistró* (en russ.: *bystro* = *rápido*). Los restaurantes franceses *Bistro* quedaron con esta denominación a partir de entonces.

A mediados del siglo XX un empresario de la alimentación en Estados Unidos denominado Gerry Thomas comercializa por primera vez lo que se denomina comida preparada (*TV dinner*) con este invento, una persona sin mayores esfuerzos se encuentra en pocos minutos con un plato preparado en casa. A finales de los años 1990 empiezan a aparecer movimientos en contra de la '*fast food*' y denuncian algunos aspectos acerca de la poca información, el alto contenido de grasas, azúcares y calorías de algunos de sus alimentos (aparece acuñado el término comida chatarra o comida basura).<sup>3</sup>

“A comienzos del siglo XXI aparecen ciertas corrientes contrarias acerca de la comida rápida, algunos como el movimiento *Slow Food* nacido en el año 1984 (promovido por Joseph Bové) pone como sus objetivos luchar en contra de los hábitos que introduce la comida rápida en nuestras vidas.

---

<sup>3</sup> <http://egliasanguchito.blogspot.com/2010/06/la-comida-rapida-y-sus-caracteristicas.html>



Aparecen documentales en los medios denunciando la situación como la película-documental más relacionada con la hamburguesa *Super Size Me*, dirigida y protagonizada por Morgan Spurlock (2004), en la que decide alimentarse únicamente de comida de los restaurantes McDonald's durante un mes entero. La presión social aumenta y algunas cadenas de restaurantes de comida rápida como McDonald's anuncian en marzo de 2006 que incluirá información nutricional en el empaquetamiento de todos sus productos.”<sup>4</sup>

**Características.-** “Una de las características más importantes de la comida rápida, es que puede consumirse sin el empleo de cubiertos, algunos ejemplos son pizza, hamburguesas, pollo frito, tacos, sándwiches, papas fritas, aros de cebolla, etc; característica que permite diferentes tipos de servicios.”<sup>5</sup>

“Adicional a esta característica es que en la mayoría de los establecimientos de comida rápida no hay camareros, tampoco servicio de mesa — aunque si suele haber personal encargado de recoger y limpiar las mesas preparándolas para los nuevos comensales, y las personas deben hacer una fila para pedir y pagar su comida, que es entregada al instante o tras un breve lapso de tiempo para que posteriormente pueda ir a disfrutarla, sentado en el local o en otro lugar. El que no haya servicio de mesa propiamente dicho hace que sea frecuente que los establecimientos "inviten"

---

<sup>4</sup><http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/Sociedad/comida-rapida.pdf>

<sup>5</sup> [http://www.alimentosysalud.cl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=74&Itemid=122](http://www.alimentosysalud.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=74&Itemid=122)

a los clientes a recoger la comida depositando los restos en cubos de basura y el utillaje (a menudo solamente la bandeja) en un lugar dispuesto a tal efecto.”<sup>6</sup>

## **Comidas**

“La comida rápida se hace a menudo con los ingredientes formulados para alcanzar un cierto sabor o consistencia y para preservar frescura. Esto requiere un alto grado de ingeniería del alimento, el uso de añadidos y las técnicas de proceso que alteran substancialmente el alimento de su forma original y reducen su valor alimenticio.

El ambiente del nuevo local tiene que ser llamativo para poder competir con los que se encuentran ya instalados en el Aeropuerto.

De acuerdo a la página Web [restaurantes.com.ec](http://restaurantes.com.ec), en el nuevo Aeropuerto que se sirve comida ecuatoriana la competencia para el local del proyecto son: La cafetería Starbucks y Tony Roma's también forman parte de los servicios instalados en la nueva terminal, también se encuentra la Corporation Mera México con 11 locales de alimentos y bebidas en la terminal quiteña. Estará con las marcas Starbucks Coffee, Haagen Dazs, Domino s Pizza, Johnny Rockets, TGI Friday s, Grabngo, Pasta, Famiglia y Guacamole. Habrá un patio de comidas donde estará ubicado el local de nuestro proyecto.”<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> <http://www.serviciosjfp.com/Canales/otros/000359.htm>

<sup>7</sup> [www.restaurantes.com.ec](http://www.restaurantes.com.ec)

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **EMPRESA**

“La empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social”<sup>8</sup>

### **IMPORTANCIA**

“La importancia de la empresa es en los puestos de trabajo que produce. Las empresas también significan proporcionar un valor para el dinero de los servicios o productos que producen. Con variadas empresas, tenemos una variedad de productos en nuestros supermercados. El canal de distribución de una empresa significa que personas dentro y fuera del país puedan beneficiarse con los productos o mercancías así como dar a conocer el negocio de esta empresa. Muchos sectores están involucrados tales como finanzas, banca, seguros y así sucesivamente.”<sup>9</sup>

### **CLASIFICACIÓN**

“Las empresas se pueden clasificar en diferentes tipos ya que depende el aspecto al cual nos estamos refiriendo. A continuación se presentan los tipos de empresas:

#### **Según la actividad o giro**

- Industriales.

---

<sup>8</sup> Chiavenato, Idalberto, Iniciación a la Organización y Técnica Comercial, Editorial Nueva empresa, 2011, México, pag 4

<sup>9</sup> <http://www.mitecnologico.com/igestion/Main/ConceptoEImportanciaDeEmpresa>

- Comerciales.
- Servicio.

### **Según la procedencia de capital**

- Empresa privada
- Empresa de autogestión:  
Empresa pública:
- Empresa mixta:

### **Según la forma jurídica**

- Empresas individuales:
- Las cooperativas u otras organizaciones de economía social.

### **Según su dimensión**

- Micro empresa: si posee 10 o menos trabajadores.
- Pequeña empresa: si tiene un número entre 11 y 50 trabajadores.
- Mediana empresa: si tiene un número entre 51 y 250 trabajadores.
- Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores.
- Multinacional: si posee ventas internacionales.”<sup>10</sup>

## **PROYECTO**

“Un proyecto es un conjunto de acciones que se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos. Todo proyecto, ya sea que tenga fines personales, profesionales (la creación de una empresa, o la construcción de

---

<sup>10</sup> <http://empesaromero.blogspot.com/2011/01/definicion-de-empresa.html>

una estructura) o investigativos (un proyecto científico), posee una estructura dividida en fases que permiten dar finalmente el la meta u objetivo establecido. Es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo"<sup>11</sup>.

## **PROYECTO DE FACTIBILIDAD**

“Un proyecto de factibilidad es un conjunto de elementos relacionados en forma lógica, tecnológica y cronológica, que se ejecutan en un periodo determinado, y que tiene como objetivo resolver un problema, cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad. Un proyecto tiene costo y beneficio que puede identificarse”<sup>12</sup>

## **ETAPAS DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD**

Un proyecto está compuesto por cinco fases las mismas que se mencionan a continuación:

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio Técnico
- ✓ Estudio Organizacional y Legal
- ✓ Estudio Financiero
- ✓ Evaluación Financiera

---

<sup>11</sup> <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>

<sup>12</sup> TORRE, Joaquín; ZAMARRÓN Berenice, Evaluación de proyectos de inversión Pag. 74

## ESTUDIO DE MERCADO

“Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”.<sup>13</sup>

## MERCADO

El mercado puede ser un lugar físico y también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de los mismos.<sup>14</sup>

**Producto.-** “El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos”.<sup>15</sup>

**Precio.-** Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”<sup>16</sup>

**Plaza.-** “La **distribución** es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para

---

<sup>13</sup>Randall Geoffrey . Principios de Marketing. Segunda Edición, , Pág. 120.

<sup>14</sup> Revista emprendedores

<sup>15</sup> P. Bonta y M. Farber.199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, , Grupo Editorial Norma, Pág. 37.

<sup>16</sup>Kotler y Armstrong . Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, , Prentice Hall, Pág. 353.

llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean".<sup>17</sup>

**Publicidad.-** La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

**Promoción.-** "La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan"

## **DEMANDA**

"Conjunto de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios, manteniéndose constantes el resto de las variables".<sup>18</sup>

**Demanda efectiva.-** O real, es aquella que se expresa en las unidades realmente adquiridas por el mercado en un lapso de tiempo dado; dicha

---

<sup>17</sup>BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición.

<sup>18</sup><http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/16/tipodemanda.htm>

demanda efectiva suele ser mejor indicador del grado de logro de resultados en la empresa

**“Demanda total.-** La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

**Demanda potencial.-** La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

**Demanda actual.-** Consiste en determinar en cifras, las cantidades y precios de los productos iguales o similares que se consumen (incluida la demanda insatisfecha)

**Demanda insatisfecha.-** Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

**Proyección de la demanda.-** Se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable pueda tener en el tiempo, suponiendo que los factores que condicionaron el consumo histórico del bien "Z" actuaran de igual manera en el futuro.

## **OFERTA**

Tiene relación con el comportamiento de los productores, o vendedores. Refleja la disposición que tienen de ofrecer bienes o servicios a cambio de un pago o reconocimiento expresado en un precio.



**Análisis de la oferta.-** El análisis de la oferta tiene como objetivo, en primer lugar conocer las condiciones en las que se producen bienes o servicios iguales o similares a los que serán producidos por el proyecto; y en segundo lugar, dimensionar la demanda insatisfecha futura y la franja del mercado que será atendida por el proyecto.

**Proyección de la oferta.-** Estimación a base del análisis de la oferta de personas tanto internas como externa a la organización.

**Oferta global.-** Es el conjunto de bienes y servicios, producidos internamente o en el exterior, de los cuales dispone un país para satisfacer sus necesidades de consumo, formación de capital y exportaciones.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

### **TAMAÑO**

Es la producción normal del conjunto de equipos instalados, con relación a la unidad de tiempo.

**“Capacidad instalada.-** Es la capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria y que al momento de ser fabricada, su productor, la diseñó para llegar a operar a ése nivel máximo de producción y de ninguna manera se puede incrementar de ése nivel.

**Capacidad utilizada.-** Significan los porcentajes a los que trabajará la planta embotelladora, es decir, los porcentajes de utilización de la capacidad de operación a la cual trabajará la maquinaria y equipo existentes.”<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>NACIONES UNIDAS., Manual de Proyectos de Desarrollo Económico., México D.F., Diciembre., 1968. Pág. 17

**“Tamaño de proyecto-demanda.-** Es el factor más importante porque de la demanda depende el proyecto, si hay bastante demanda la empresa tendrá mayor su capacidad instalada, y sin no hay demanda, mejor es no ejecutar el proyecto, es muy riesgoso.

**Tamaño de proyecto-suministros e insumos.-** Teniendo bastante demanda es lógico que la empresa requiera de bastantes suministros e insumos, por lo cual se recomienda realizar una buena planificación a través de un buen programa de producción.

**Tamaño de proyecto-tecnología y equipos.-** Una empresa debe estar consciente de que no puede utilizar una maquinaria demasiado cara y sofisticada en caso de no tener un mercado o demanda que pueda justificarse, debe ajustarse a lo que tiene.

**Tamaño de proyecto-financiamiento.-** La empresa debe percatarse de tener suficiente demanda, para poderse endeudar en cualquier maquinaria, lo debe hacer con las mejores condiciones de pago que le puedan ofrecer las entidades financieras.

**Tamaño de proyecto-organización.-** Es de suma importancia contar con el personal adecuado para la empresa, no se puede contratar personal excesivamente caro en caso de no necesitarlo, ni tampoco se puede contratar personal incapaz por el solo hecho del costo de la mano de obra que implicaría”.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 31-32.

## **LOCALIZACIÓN**

El estudio de la localización del proyecto o de la planta, define claramente cuál es el mejor sitio para ubicar la unidad de producción. La localización óptima será aquella que permita tener una máxima producción, maximizando los beneficios y reduciendo a lo mínimo posible los costos.

**Fuerzas locacionales.-** Son ciertos factores o elementos que condicionan la distribución de las inversiones desde el punto de vista espacial. Son de tres tipos: costos de transferencia, disponibilidad de insumos y de factores y otros factores.

**Factores de localización.-** Los aspectos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo esta evaluación son: **geoGRÁFICAS, institucionales, sociales y económicos.**

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico.

El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza

**Proceso de producción.-** Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio. En él conjugan la maquinaria, la materia prima y recurso humano para realizar el proceso.

**“Diagrama de flujo.-** Esquema expresado por medio de símbolos y líneas que conectan entre sí. a) la estructura y secuencia general de operaciones

de una actividad o programa (diagrama de flujo del programa); b) o al sistema de procesamiento (diagrama de flujo del sistema).<sup>21</sup>

**Equipo e instalaciones.-** “El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración reproducción y / o servicios de la empresa”.<sup>22</sup>

**Distribución de la planta.-** Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios.

**Diseño de la planta.-** Se refiere a la forma como estará definida la estructura física del edificio tomando en cuenta futuras ampliaciones.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Permite conocer cómo se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce el tipo de sociedad o compañía.

---

<sup>21</sup> QUILODRÁN R. Federico. Manual de preparación de proyectos. Loja: serie de manuales técnicos. Pág. 22

<sup>22</sup> Guía Didáctica. Negocios. Universidad Técnica Particular de Loja. Loja-Ecuador. Año 2006. Pág. 89

## **BASE LEGAL**

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser: Sociedad Anónima, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por acciones.

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

- Acta constitutiva
- La razón social o denominación
- Domicilio
- Objeto de la sociedad
- Capital social
- Tiempo de duración de la sociedad
- Administradores

## **ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>FRED, David. Conceptos de Administración estratégica. Editorial Prentice Hall. Novena Edición. 2007

- **NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD**

Las empresas que son propias de toda organización productiva, tienen los siguientes niveles:

- Nivel Legislativo-Directivo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

## **ORGANIGRAMAS**

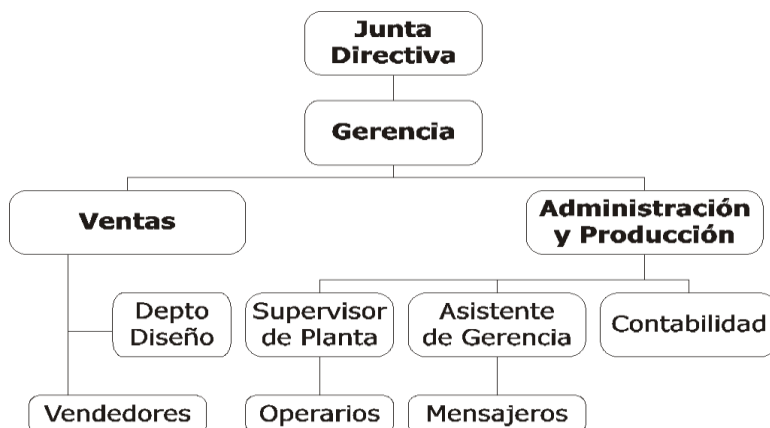
Los organigramas, son la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría. Estos son.<sup>24</sup>

- Organigrama Estructural
- Organigrama Funcional
- Organigrama de Posición

---

<sup>24</sup>ARIAS, Fernando. Administración de Recursos Humanos. Editorial Trillas. México 1980

### Ejemplo de Organigrama



- **MANUALES**

Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, etc.). Así como las instrucciones y lineamientos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas. Entre los más utilizados tenemos:

- Manual de Funciones
- Manual de Organización
- Manual de Políticas
- Manual de Normas y Procedimientos
- Manual para Especialistas
- Manual del Empleado

- Manuales de Finanzas
- Manual de Calidad

### **Manual de Organización**

Es un documento oficial cuyo propósito es describir la estructura de funciones y departamentos de una organización, así como las tareas específicas y la autoridad asignada a cada miembro del organismo. Un manual de organización complementa con más detalles la información que bosqueja el organigrama.<sup>25</sup>

### **Manual de Políticas**

Es un documento cuyo objetivo es dar a conocer, a todo el personal, las políticas de la empresa, así como las instrucciones a detalle, de los pasos a seguir en la ejecución de un trabajo, para canalizar la estrategia administrativa hacia las metas de la empresa, utilizando como apoyo los diagramas de flujo y formatos para la aclaración de información.<sup>26</sup>

### **Manual de Normas y Procedimientos**

El manual de procedimientos y normas, es aquel que describe de manera detallada las operaciones que integran los procedimientos administrativos, en el orden secuencial de su ejecución, y las normas que se deben cumplir y ejecutar los miembros de la organización compatibles con dichos procedimientos.

Los manuales de normas y procedimientos son los documentos que

---

<sup>25</sup> <http://cursoadministracion1.blogspot.com/2008/09/manual-de-organizacin.html>

<sup>26</sup> <http://loumarasesores.com/manual-de-politicas-y-procedimientos.html>



especifican detalladamente una serie de normas y procedimientos, vinculados con las actividades que se realizan en una organización / institución, explicando un conjunto de procedimientos internos según los niveles de autorización de las unidades orgánicas que forman parte de una organización; con el objetivo de ir creando y consolidar criterios dentro de la organización, y uniformar la actividad operativa, de la institución, así como también garantizar y satisfacer la transmisión y recuperación de información<sup>27</sup>

### **Manual para Especialistas**

Es aquel que agrupa normas, pautas e instrucciones de aplicación en forma específica a determinado tipo de actividades o tareas como por ejemplo: manual del vendedor o compendio de la secretaria.

La preparación de este tipo de manuales por parte de la misma empresa es recomendable cuando el número de empleados que los utiliza es lo suficientemente grande como para justificarlo.

El objetivo básico perseguido con su preparación, es el de entrenamiento y capacitación de empleados, como así servir también de elemento de consulta para la realización de las tareas asignadas<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> <http://archivosadmindterm-aa1.blogspot.com/2010/05/manuales-de-normas-y-procedimientos.html>

<sup>28</sup> Rothstein, Jules M., Serge H. Roy, Steven L. Wolf, Manual Del Especialista En Rehabilitación

## Manual del Empleado

Su objetivo es lograr una rápida asimilación de personal nuevo (inducción) así como también para posterior entrenamiento, este manual es especialmente útil para niveles intermedios u operativos.

Se enuncian a continuación algunas informaciones que un manual de estas características debe contener:

- Actividades desarrolladas por la empresa.
- Breve reseña histórica.
- Objetivos generales que se persiguen.
- Derechos y obligaciones de los empleados en general.
- Normas de comportamiento básicas y de cumplimiento obligatorio para todo el personal.
- Servicios que la empresa presta a sus empleados.<sup>29</sup>

## Manuales de Finanzas

Las responsabilidades del contralor y tesorero exigen de ellos que den instrucciones numerosas y específicas a todos aquellos que deben proteger en alguna forma los bienes de la empresa, para asegurar la comprensión de sus deberes en todos los niveles de la administración.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> <http://desencadenado.com/2012/11/como-es-tu-manual-del-empleado.html>

<sup>30</sup> **García Santillán, A.:**(2010) *Administración Financiera I*, Edición electrónica gratuita

## **Manual de Calidad**

El Manual de Calidad es un documento que enuncia la política de la calidad y que describe el sistema de calidad de una organización. Este manual puede estar relacionado con las actividades totales de una organización o con una parte seleccionada de estas.

Es importante que los requisitos y el contenido del sistema de la calidad y del manual de la calidad se estructuren de acuerdo con la norma que se intenta satisfacer. Esta norma suministra los lineamientos para desarrollar dichos manuales de calidad<sup>31</sup>

## **Manual de Funciones**

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo

---

<sup>31</sup> <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/928/OBJETIVOS%20DEL%20MANUAL%20DE%20LA%20CALIDAD.htm>

menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión.<sup>32</sup>

**Organigrama.**-Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo. Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada servicio.

### Ejemplo:

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
<b>Denominación del Cargo:</b>	Gerente General
<b>Jefe Inmediato:</b>	Junta de Socios
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)
FUNCIONES	
Dirigir y representar legalmente a la empresa. Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la Empresa. Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo. Evaluar de manera constante los costos de los producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad. Elaborar plan de mercadeo para los vendedores. Controlar la administración de mercadeo. Autorizar y ordenar los respectivos pagos. Presentar informes a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente. Elaborar presupuestos de ventas mensuales. Presentar políticas de incentivo para los vendedores. Realizar el cierre de negocios que presenten los vendedores. Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas.	
<b>Requisitos de Educación:</b>	Ingeniero de Producción Industrial, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos.
<b>Otros Requisitos:</b>	Excelente calidad humana y trato interpersonal; carnet certificador de manipulador de alimentos expedido por la Secretaria de Salud.

Fuente: <http://planmaestropronat.blogspot.com/>

<sup>32</sup> [www.virtual.unal.edu.co/cursos/manuales/manualdefunciones](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/manuales/manualdefunciones)

## **ESTUDIO FINANCIERO**

### **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

#### **INVERSIÓN**

La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

**Presupuesto.-** El presupuesto es la expresión monetaria de todos los gastos necesarios para la ejecución del proyecto.

**“Inversiones fijas.-** Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; entre ellas se encuentra los terrenos, construcción de obras civiles, maquinaria y equipo, muebles, vehículos.

**Inversiones circulantes.-** Son aquellas que dependen del nivel de efectivo de producción de la empresa.<sup>33</sup>

**Capital de trabajo.-** Es la parte de la inversión orientada a financiar los desfases entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos y los ingresos generados por la venta de bienes o servicios, que constituyen la razón de ser del proyecto.

#### **FINANCIAMIENTO**

Las fuentes de financiación son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el

---

<sup>33</sup> **BACA URBINA, Gabriel,** “Fundamentos de ingeniería económica”, Editorial Mc Graw Hill, 1994 México, 305 páginas.

cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.

**Fuentes internas de financiamiento.-** Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del Proyecto. Los recursos propios pueden destinarse a la Inversión fija, diferida y/o Capital de Trabajo.

**Fuentes externas de financiamiento.-** Son aquellas que requieren cumplir con requisitos más estrictos de garantía real o firma solidaria y al evaluar su costo es más alto.

**Usos de fondos.-** Son esquemas financieros que facilitan la integración de datos, mostrando cual es el origen o fuente de financiamiento tanto interno o externo de las inversiones de un proyecto.

## **COSTOS E INGRESOS**

### **COSTOS**

Es la valorización monetaria de la suma de recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gastos que tienen una cosa, sin considerar ninguna ganancia.

**Costos Primo.-** Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa.

**Gastos de fabricación.-** Aquí se incluyen la mano de obra indirecta, servicios como electricidad, teléfono, agua, combustible, repuestos, mantenimiento, depreciación, etc.

**Gastos.-** Es todo egreso de dinero, usado para pagar la compra de bienes o la prestación de servicios, y que puede estar incluido o no en los costos.

**Gastos de administración y ventas.-** Son parte de este rubro las remuneraciones del personal de administración y ventas que se refieren a los sueldos, salarios y prestaciones sociales.

**Costos.-** Son los gastos que se aplican sobre aquellos rubros que permiten obtener el producto elaborado o servicio final. En un proyecto en general, permiten obtener la realización del mismo y su funcionamiento.

**Costos Indirectos.-** Son aquellos que no pueden ser directamente identificados con un producto específico; aunque son indispensables en el proceso de fabricación no hacen parte física del mismo.

**Costos de producción.-** Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

**Costos Fijos.-** Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

**Costos Variables.-** Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

**Gastos Financieros.-** “Son los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, según plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto”.<sup>34</sup>

## **INGRESOS**

Son estimaciones de dinero que dependen del rigor de estudio de mercado y están sujetos al comportamiento del mercado.

**Punto de equilibrio.-**Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

**Flujo de caja.-** El flujo de Caja llamado también flujo de efectivo, presupuesto de caja o cash flow. Es un cálculo del volumen de ingresos y de gastos, que ocurrirán en una empresa durante un determinado período. Ello posibilita saber si sobra o falta dinero en determinado momento. Si vemos que sobra, podemos pensar en invertirlo. Si falta buscaremos dónde conseguirlo (bancos, cooperativas de crédito, crédito de proveedores, préstamos de amigos o familiares)

---

<sup>34</sup> SELDON, Arthur, Diccionario de Economía, Edit. Oikos S.A., Barcelona-España., 1975. Pág. 9 -10 – 15 – 16.



**Estado de Pérdidas y Ganancias.-** Tiene como finalidad demostrar en forma ordenada la utilidad líquida, la misma que refleja los beneficios obtenidos una vez reducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta.

**Valor actual neto (VAN).**-Se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida”<sup>35</sup>

$$VAN = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

**Período de recuperación de capital (PRC).**- Período que se requiere para que los ingresos netos de una inversión sean iguales al costo de la inversión.

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{INVERSIÓN - SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

**Tasa interna de retorno (TIR).**- Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

**Relación beneficio costo (B/C).**- Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-

<sup>35</sup>Kelety Andrés. Análisis y evaluación de inversiones, 2da Edición, EADA, 1996

costo se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa.<sup>36</sup>

**Análisis de la sensibilidad del proyecto.-** “El análisis de sensibilidad, busca escenarios sobre variaciones que pudiera experimentar el proyecto como resultado en las condiciones originalmente establecidas como bases del proyecto, normalmente se analizan volúmenes y precios de venta que tienen que ver con los niveles de beneficios y por otro lado analiza las variaciones que pueden experimentar los costos de producción e inversiones y los beneficios estimados”. <sup>37</sup>

---

<sup>36</sup>(Sánchez Machado, R. Evaluación de proyectos de inversión, Curso para Diplomados y Maestrías, Universidad Central de Las Villas, Septiembre 1998).

<sup>37</sup> Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2007. Pág. 45-46.

## e) MATERIALES Y MÉTODOS

Todos los materiales que se utilizaran para el trabajo de investigación se detallan a continuación:

- Material Bibliográfica: Libros, publicaciones, páginas web
- Material Informático: Computadora, Impresora, Cds, Pendrive
- Material de Oficina: Hojas A4, esferográfica, lápices, borrador.

## MÉTODOS

Para poder realizar este trabajo investigativo, se utilizó los siguientes métodos.

**Método Inductivo.-** La inducción va de lo particular a lo general. Se empleó el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares se obtienen proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular. El método inductivo se lo utilizó para determinar las conclusiones generales del proyecto, en base a datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicó en el proyecto

**Método Deductivo.-** La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Este método se utilizó para determinar el tamaño de la muestra, con datos generales y reales, luego para establecer la demanda

potencial, real y efectiva, además en la determinación de los diferentes estudios del proyecto de factibilidad.

## **TÉCNICAS**

**Observación Directa.-** Este procedimiento se lo utilizó en todos los tiempos y lugares como una forma de adquirir conocimientos, la observación es una técnica dedicada a ver y oír hechos fenómenos que se desean estudiar, con la observación directa se estableció la localización de la empresa.

**Encuesta.-** Es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se la realizó a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para la investigación.

Cuando la encuesta es verbal se suele hacer uso del método de la entrevista; y cuando la encuesta es escrita se suele hacer uso del instrumento del cuestionario, el cual consiste en un documento con un listado de preguntas, las cuales se les hacen a las personas a encuestar.

La encuesta fue una herramienta fundamental para efectuar el estudio de mercado y obtener datos sobre la oferta, demanda lo que ayudará a determinar la demanda efectiva. Esta técnica se la aplicó a los usuarios del aeropuerto. Para ello se ha determinado como mercado objetivo del proyecto de acuerdo al estudio demográfico realizado por la Corporación QUIPORT. Las encuestas se les realizaron a grupos de personas con características similares de las cuales se desea obtener información, por ejemplo, se realizan encuestas al público objetivo, a los clientes de la

empresa, al personal de la empresa, etc.; dicho grupo de personas se les conoce como población o universo.

Y para no tener que encuestar a todos los integrantes de la población o universo, se suele hacer uso de la técnica del muestreo, que consiste en determinar, a través de una fórmula, un número de personas representativo de la población o universo a estudiar; dicho número representativo de personas se le conoce como muestra.

Total de pasajeros que se muestra en el 2013, Entre marzo y diciembre (meses de operación del nuevo Aeropuerto de Quito) se estimó en 817,844 las salidas de pasajeros internacionales y 1, 504,456 para pasajeros domésticos.

Con la suma de pasajeros nacionales y domésticos tenemos 2322300 esta es la población.

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Dónde:

$n$  = Tamaño de la muestra.

$N$  = Tamaño total de la población

$E$  = Error máximo permisible para la estimación del parámetro (5%).

$$n = \frac{2.322.300}{1 + 0.05^2 \cdot 2.322.300}$$

$$1 + (0,05) \approx 2322300$$

$$n = \frac{2322300}{1 + 5805.75}$$

$$n = \frac{2322300}{5806.75}$$

$$n = 399.93$$

$$n = 400$$

Se aplicaron 400 encuestas para determinar la demanda.

Para determinar la oferta se tomó los datos de las los locales de comida rápida que se encuentran en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito, VOLADA TO GO, HAGEN DAZS, JOHNNY ROCKETS, GUACAMOLE GRILL, SUB WAY

## f) RESULTADOS

### ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES

1. ¿Ud. es usuario frecuente u ocasional del Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito?

**CUADRO 1**

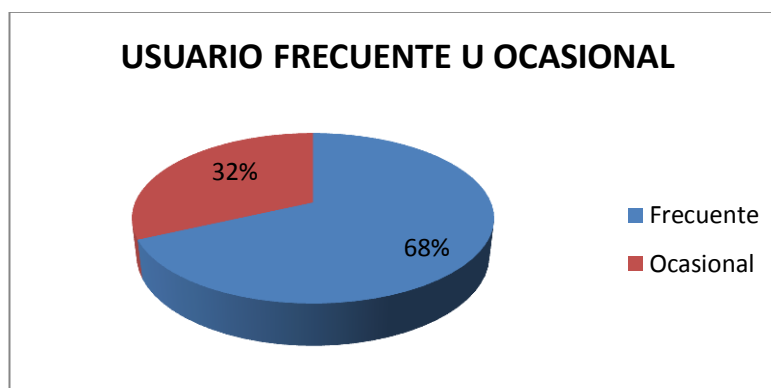
#### USUARIO FRECUENTE U OCASIONAL

DETALLE	FRECUENCIA	%
Frecuente	276	69
Ocasional	124	31
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 1**



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con el resultado obtenido de las encuestas aplicadas tenemos el 69% son usuarios frecuentes estos hacen uso de este servicio varias veces al mes por motivos de trabajo, negocios entre otros y el 31% son usuarios ocasionales hacen uso de servicio por diferentes motivos como es por turismo, salud entre otros.

**2. ¿Cuándo usted realiza sus viajes consume comida rápida o tradicional?**

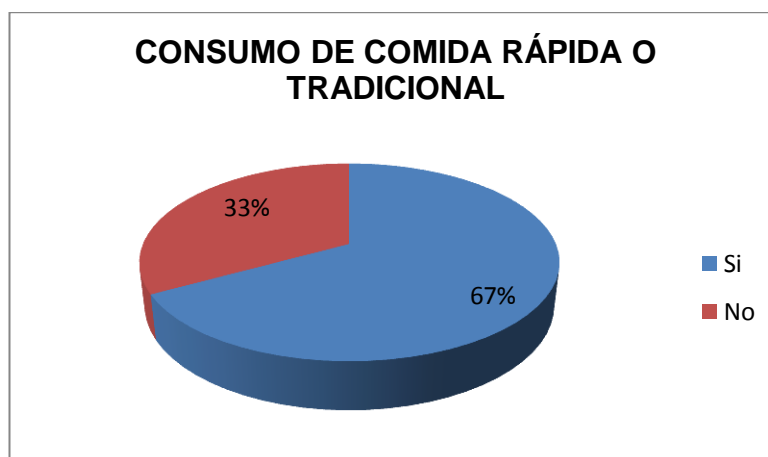
**CUADRO 2**  
**CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA O TRADICIONAL**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	268	67
No	132	33
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA 2**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con el resultado obtenido tenemos que el 67% de encuestados si consumen comida rápida cuando viajan la compra por su sabor y por su forma de preparación que es rápida, el 33% manifiesta que no consumen comida rápida porque prefieren otro tipo de comida.



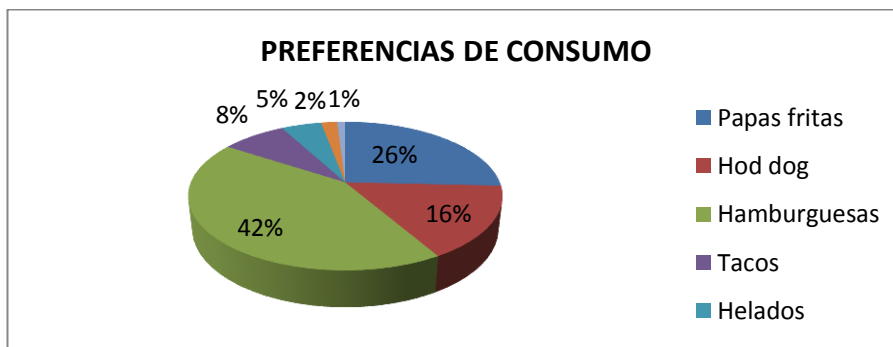
### 3.- ¿De la siguiente comida rápida cual es la que usted más consume?

**CUADRO 3**  
**PREFERENCIAS DE CONSUMO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Papas fritas	102	26
Hod dog	64	16
Hamburguesas	172	43
Tacos	30	8
Helados	18	5
Empanadas	9	2
Otros	5	1
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre  
**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 3**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con el resultado obtenido de las encuestas tenemos que el 43% de encuestados consumen hamburguesas son preferidas por su sabor, el 26% prefiere consumir papas fritas por gustos, el 16% consumen hod dogs, el 8% consume tacos, el 5% consumen helados, el 2% consumen empanadas y el 1% consumen otros alimentos como tortas, galletas, etc.,

#### 4. ¿Cuántas hamburguesas consume Ud. Mensualmente?

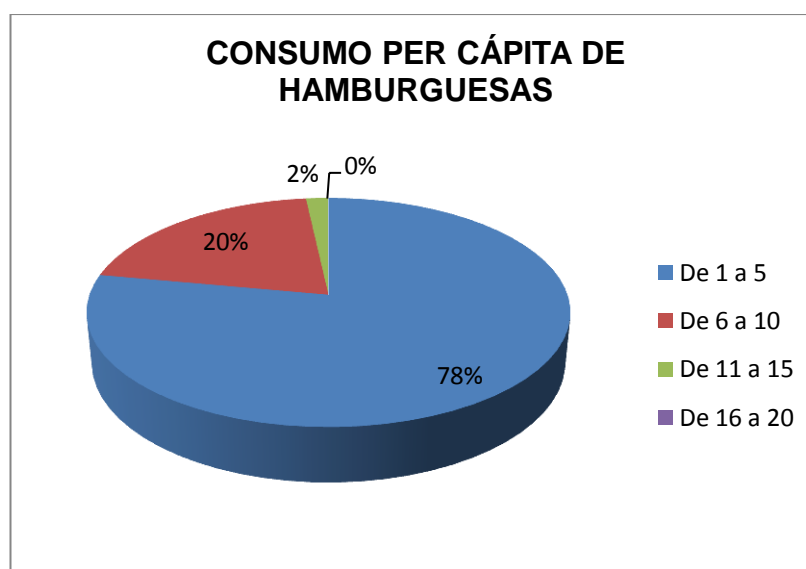
**CUADRO 4**  
**CONSUMO PER CÁPITA DE HAMBURGUESAS**

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 1 a 5	134	78
De 6 a 10	35	20
De 11 a 15	3	2
De 16 a 20	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA 4**



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 20% de encuestados manifiestan que al mes consumen entre 6 a 10 hamburguesas porque es de su agrado y cuando viajan prefieren hacer uso de este tipo de comida rápida, el 78% adquieren de 1 a 5 hamburguesas mensuales, el 2 % consumen de 11 a 15 hamburguesas mensuales .

## 5. ¿Qué precio paga Ud. por las hamburguesas que consume?

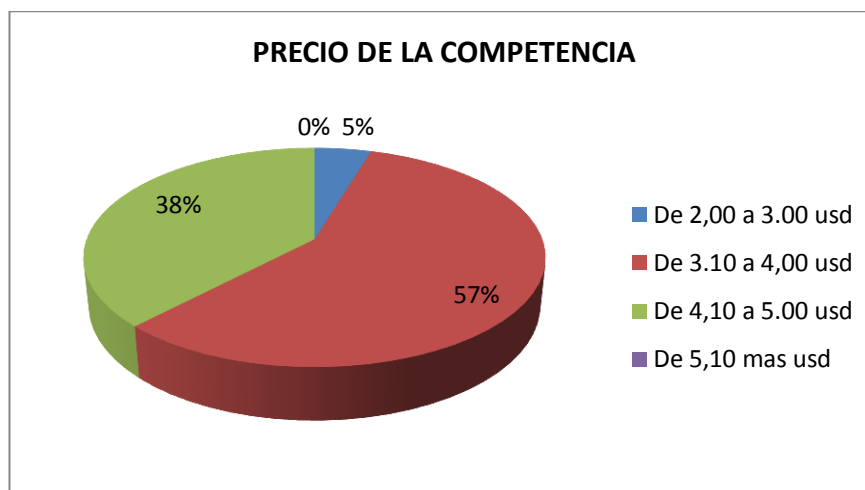
**CUADRO 5**  
**PRECIO DE LA COMPETENCIA**

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 2,00 a 3.00 usd	8	5
De 3.10 a 4,00 usd	99	57
De 4,10 a 5.00 usd	65	38
De 5,10 más usd	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 5**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con el resultado obtenido podemos decir que el 57% de encuestados pagan por hamburguesa entre 3,00 a 4,00 dólares porque estos precios son los que están establecidos el 38% pagan entre 4,00 a 5,00 dólares en la compra de hamburguesa porque dependen del tipo de hamburguesa que soliciten, el 5% de encuestados pagan entre 2.00 a 3.00 dólares.

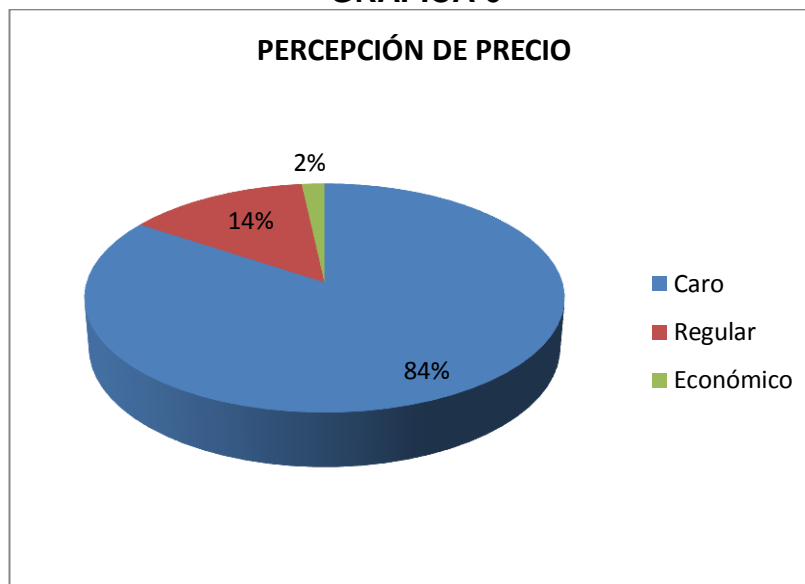
## 6. ¿El precio de las hamburguesas que Ud. consume, le parece?

**CUADRO 6**  
**PERCEPCIÓN DE PRECIO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Caro	145	84
Regular	24	14
Económico	3	2
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre  
**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 6**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al resultado obtenido podemos decir que el 84% de encuestados Consideran que el precio de las hamburguesas es caro y creen que se debería restablecer estos precios porque las hamburguesas se las consumen con frecuencia, el 14% de encuestados manifiestan que el precio es regular, el 2% consideran que el precio es económico.

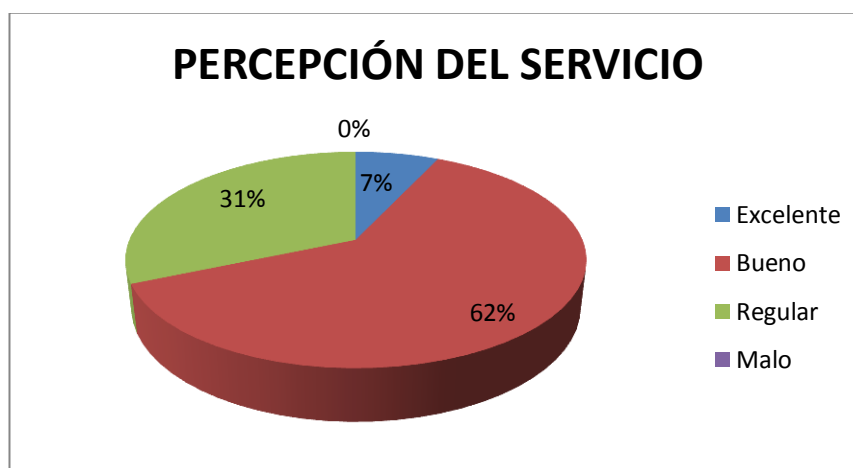
**7. ¿El servicio al cliente del local de comida rápida donde Ud. adquiere las hamburguesas le parece?**

**CUADRO 7**  
PERCEPCIÓN DEL SERVICIO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Excelente	12	7
Bueno	106	62
Regular	54	31
Malo	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre  
**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 7**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El 62% de encuestados manifiestan que el servicio que prestan en el lugar donde adquieren las hamburguesas es bueno que han sido atendidos bien y no han tenido inconvenientes, el 31% manifiestan que el servicio es regular porque falta mejorar el servicio para atender más rápido a los clientes, el 7% consideran que el servicio es excelente.

**8. ¿La calidad de las hamburguesas que Ud. consume a su criterio son?**

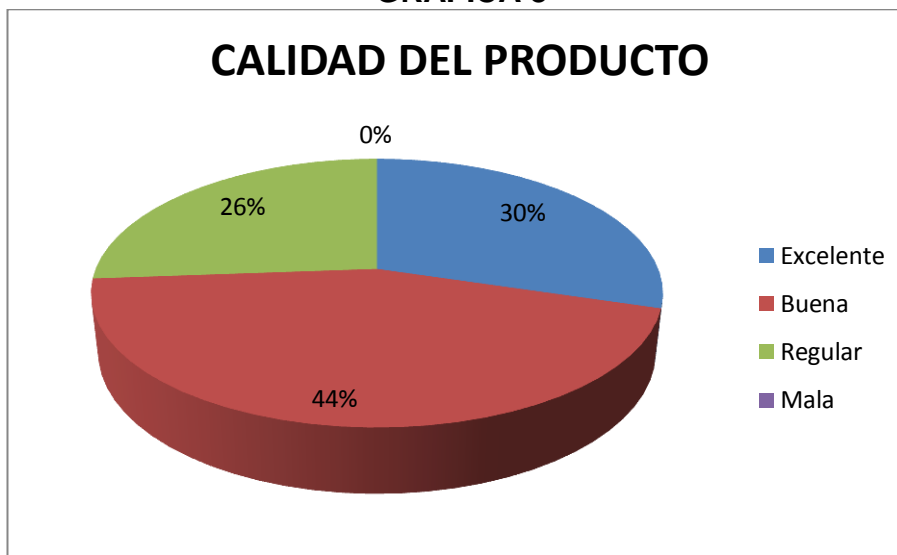
**CUADRO 8**

**CALIDAD DEL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Excelente	51	30
Buena	76	44
Regular	45	26
Mala	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre  
**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 8**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El 44% de encuestados manifiestan que la calidad de las hamburguesas que consumen es buena porque son elaboradas con varios ingredientes y son sabrosas, el 30% consideran que son de excelente calidad porque las realizan con buenos ingredientes y son grandes, el 26% consideran que la calidad de las hamburguesas es regular.

9. ¿En caso de implementarse en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito una nueva Empresa de comida rápida que se dedique elaborar y comercializar Hamburguesas a precios cómodos, excelente calidad y atención personalizada Ud. Adquiriría estos productos?

**CUADRO 9**  
**APOYO A LA CREACIÓN DE NUEVA EMPRESA**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	169	98
No	3	2
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA 9**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con los resultados obtenidos tenemos que el 98% de encuestados si adquirirían hamburguesas a la nueva empresa de comida rápida dedicada a la elaboración de hamburguesas porque son de su agrado y que los precios sean cómodos, el 2% de encuestados no están dispuestos adquirir las hamburguesas a la nueva empresa.

10. ¿Qué medio publicitario usted considera mejores para conocer los productos de la nueva empresa de comida rápida?

**CUADRO 10**

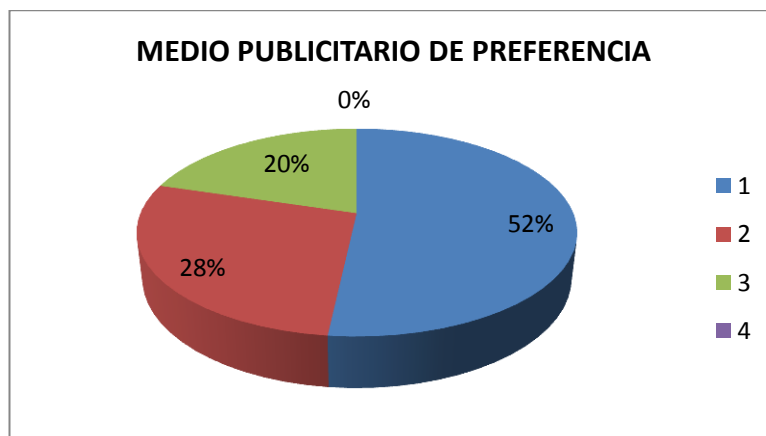
**MEDIO PUBLICITARIO DE PREFERENCIA**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Televisión	89	52
Radio	48	28
Prensa Escritos	35	20
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 10**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con el resultado obtenido tenemos que el 52% de encuestados prefieren el medio publicitario la televisión ya que por este medio es más fácil anoticiarse de lo que acontece en la Ciudad, el 28% prefieren radio y el 20% por prensa escrita.



**11. ¿En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?**

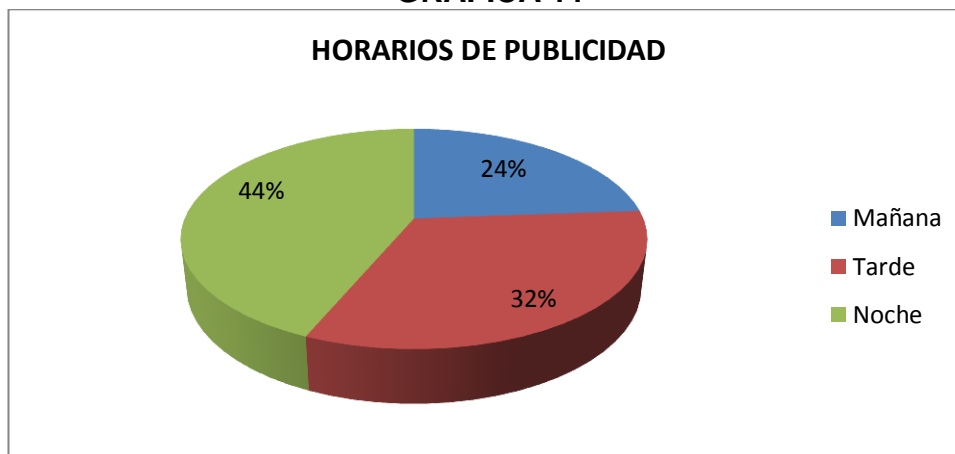
**CUADRO 11**  
**HORARIOS DE PUBLICIDAD**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mañana	41	24
Tarde	56	33
Noche	75	44
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 11**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con los resultados obtenidos tenemos que el 44% de encuestados tienen acceso al horarios de publicidad que se transmite por la noche porque en esas horas regresan a sus hogares y puede anoticiarse, el 33% prefieren hacer uso de los medios de comunicación por la tarde porque en estas horas puede anoticiarse sin ningún inconveniente y el 24% por horas de la mañana hacen uso de los medios de comunicación.

**12. ¿Qué características son importantes para usted al momento de adquirir hamburguesas?**

**CUADRO 12**  
**CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Calidad	102	59
Precios	45	26
Atención Clientes	25	15
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 12**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El 59% de encuestados manifiestan que la característica más importante para adquirir las hamburguesas es la calidad porque siempre se debe tomar en cuenta los ingredientes que se utilizan para realizar las hamburguesas, el 26% manifiesta que los precios también son otra característica muy importante que sea un precio justo de pagar para adquirir las hamburguesas y el 15% consideran que la atención a los clientes es importante porque depende de la atención que brinde se volverá a consumir el producto en establecido local o empresa.

### 13. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la nueva empresa de comida rápida?

**CUADRO 13**

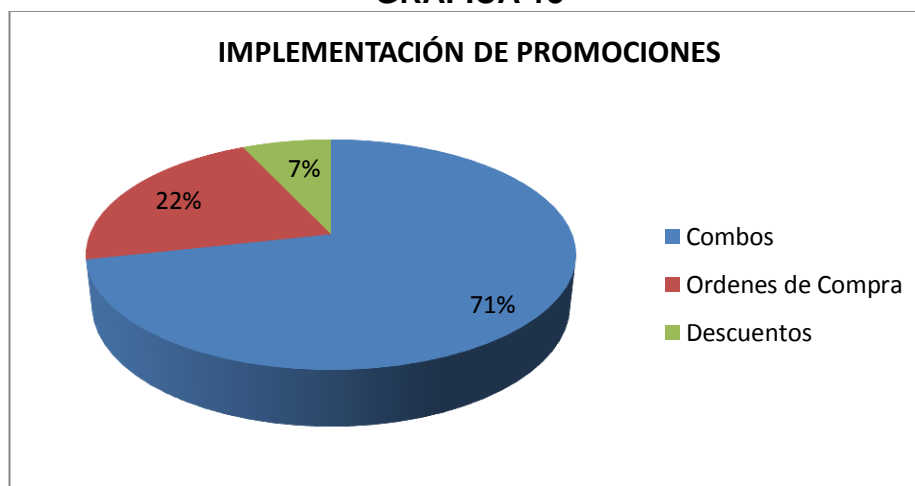
**IMPLEMENTACIÓN DE PROMOCIONES**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Combos	123	72
Órdenes de Compra	37	22
Descuentos	12	7
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los usuarios Aeropuerto Mariscal Sucre

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 13**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con los resultados obtenidos de las encuestas tenemos que el 72% desearían que la promoción que ofrezca la nueva empresa sea de combos porque por medio de los combos se puede obtener más producto, el 22% prefiere órdenes de compra y el 7% descuentos porque existen ocasiones que se realizan compras de un gran número de hamburguesas en especial cuando se viaja con la familia.

## ENCUESTA A LOS OFERENTES

### 1. ¿Qué tipo de comida vende en su negocio?

**CUADRO 14**

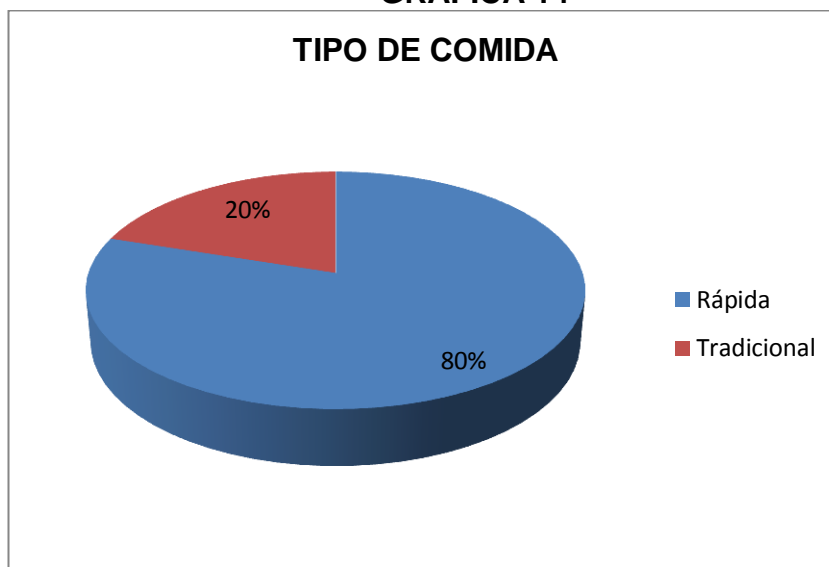
**TIPO DE COMIDA**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Rápida	4	80
Tradicional	1	20
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los Oferentes

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 14**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con el resultado obtenido de las encuestas realizadas tenemos que el 80% vende en sus negocios comida rápida porque este tipo de comida es la que más acogida tiene por las personas que llegan al aeropuerto, el 20% se dedican a vender comida tradicional como es la preparación de platos ejecutivos entre otros.

## 2. ¿En su negocio de comida rápida vende hamburguesas?

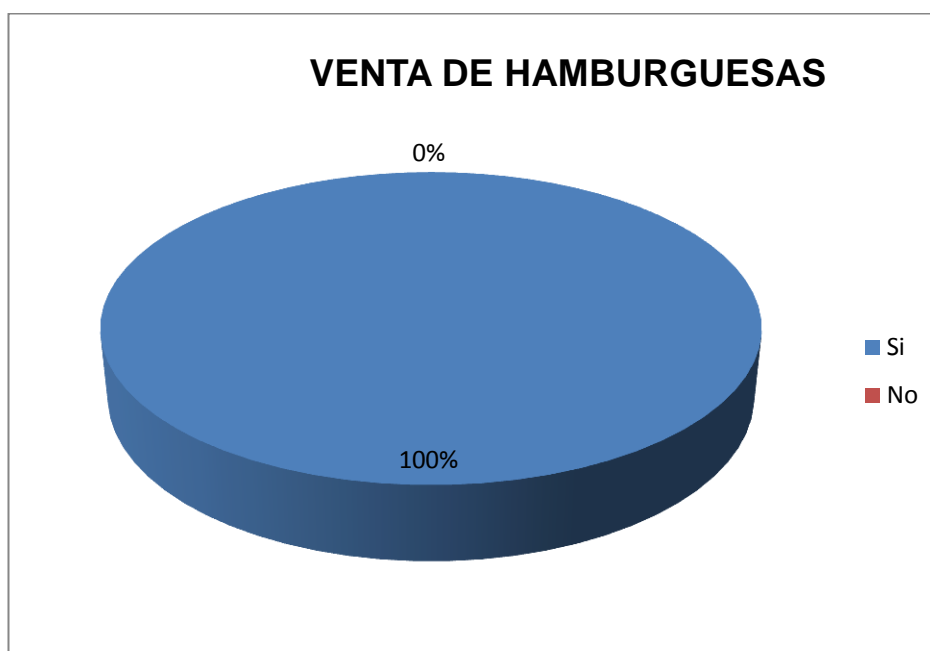
**CUADRO 15**  
**VENTA DE HAMBURGUESAS**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	4	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los Oferentes

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 15**



### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con el resultado obtenido tenemos que el 100% de encuestados vende hamburguesas en sus negocios porque tiene gran acogida por las usuarios del aeropuerto y son de preferencia por su sabor.

### 3. ¿Cuál es el precio al que usted vende las hamburguesas?

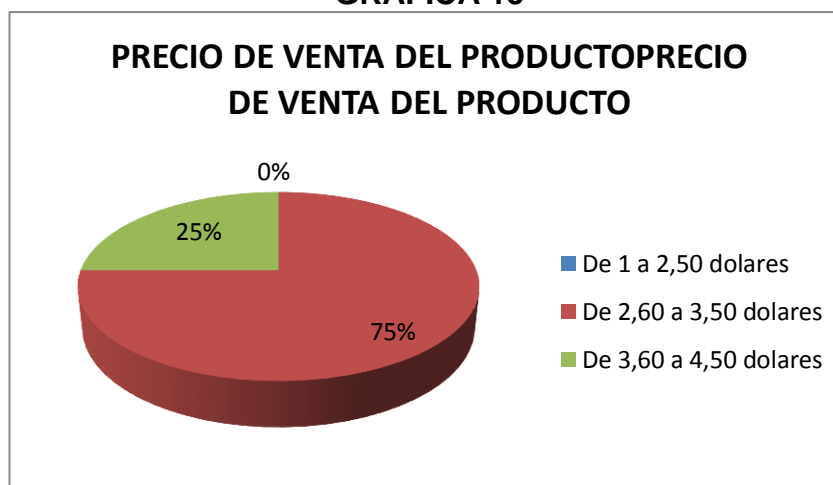
**CUADRO 3**  
**PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 2,00 a3,00 dólares	0	0
De 3.10 a 4,00 dólares	3	75
De 4.10 a 5.00 dólares	1	25
De 5.10 a más		
TOTAL	4	100

Fuente: Encuesta a los Oferentes

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA 15**



#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

EL 75% de encuestados manifiestan que el precio de venta de las hamburguesas esta entre 3.00 a 4.00 dólares por hamburguesa este precio es el que se ha establecido, el 25% el precio de hamburguesas esta entre 2,60 a 3,50 dólares, nos han indicado que el precio varía de acuerdo al tipo de hamburguesa como puedes ser simple o mixta.

#### 4. ¿Cree Ud. que sus clientes prefieren las hamburguesas por?

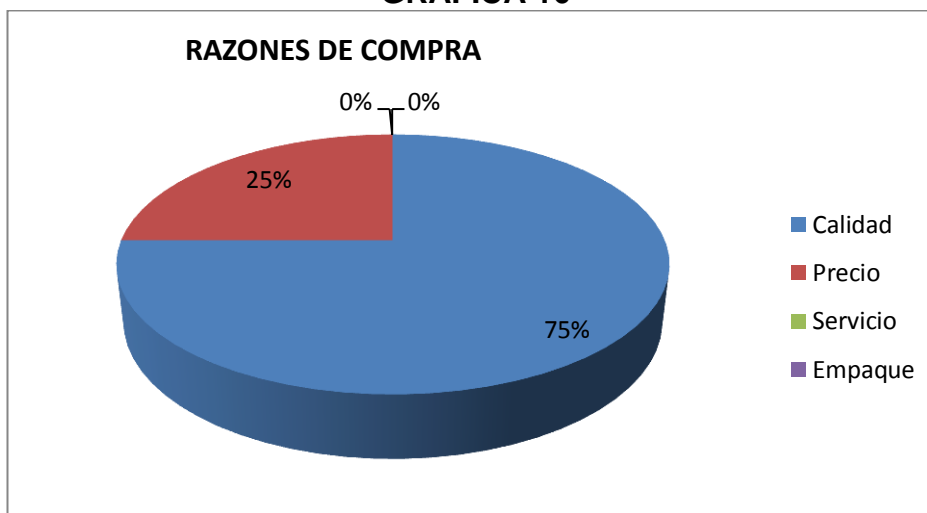
**CUADRO 16**  
**RAZONES DE COMPRA**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Calidad	3	75
Precio	1	25
Servicio	0	0
Empaque	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los Oferentes

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 16**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con el resultado obtenido podemos decir que el 75% de encuestados consideran que sus clientes adquieren las hamburguesas por la calidad que estas tiene porque son preparadas de la mejor manera y con ingredientes seleccionado, el 25% consideran que el precio es en el que se vende las hamburguesas es el que depende para que los clientes prefieran las hamburguesas.

### 5. ¿Qué cantidad de hamburguesas vende mensual?

**CUADRO 16**

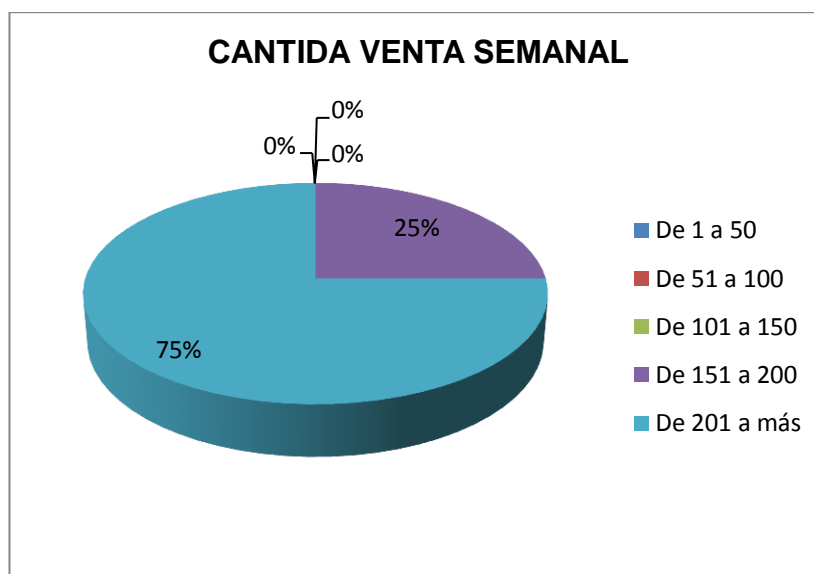
**CANTIDAD VENTA MENSUAL**

DETALLE	FRECUENCIA	%
De 1 a 50	0	0
De 51 a 100	0	0
De 101 a 150	0	0
De 151 a 200	1	25
De 201 a 250	3	75
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los Consumidores

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 16**



#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El 75% de encuestados comentan que la cantidad de hamburguesas es de 201 a más, el 25% manifiestan que venden entre 151 a 200 hamburguesas por mes esta demanda se debe porque estos locales también venden otro tipo de comida rápida como papas fritas.



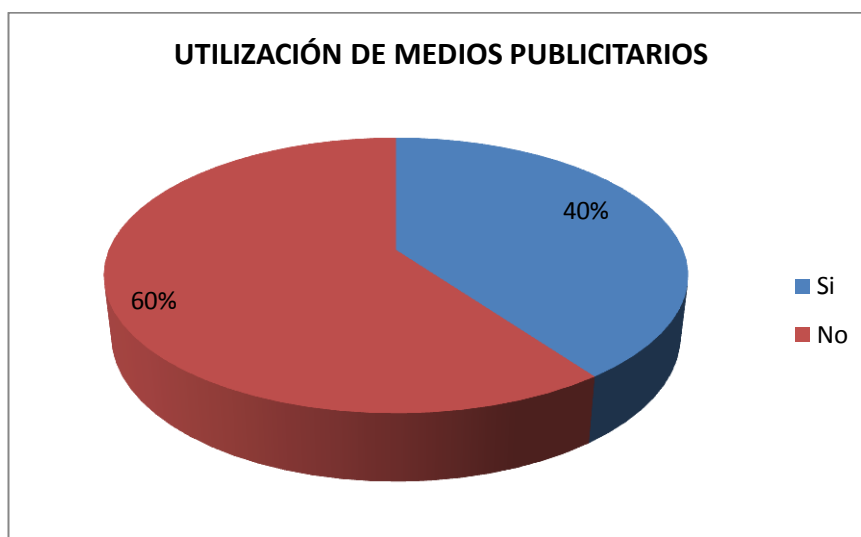
6. ¿Utiliza medios de publicidad para dar a conocer sus productos?

**CUADRO 18**  
UTILIZACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	2	40
No	3	60
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los Oferentes  
Elaboración: La Autora.

**CUADRO 18**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con los resultados obtenidos a los encuestados tenemos que el 60% no realizan ningún tipo de publicidad para dar a conocer los productos que venden porque consideran que no es necesario y otro factor que el uso de publicidad es costoso, el 40% si realizan publicidad de los productos que vende pero la hacen distanciadamente.

## 7. ¿Qué medios de publicidad son de su preferencia?

**CUADRO 19**

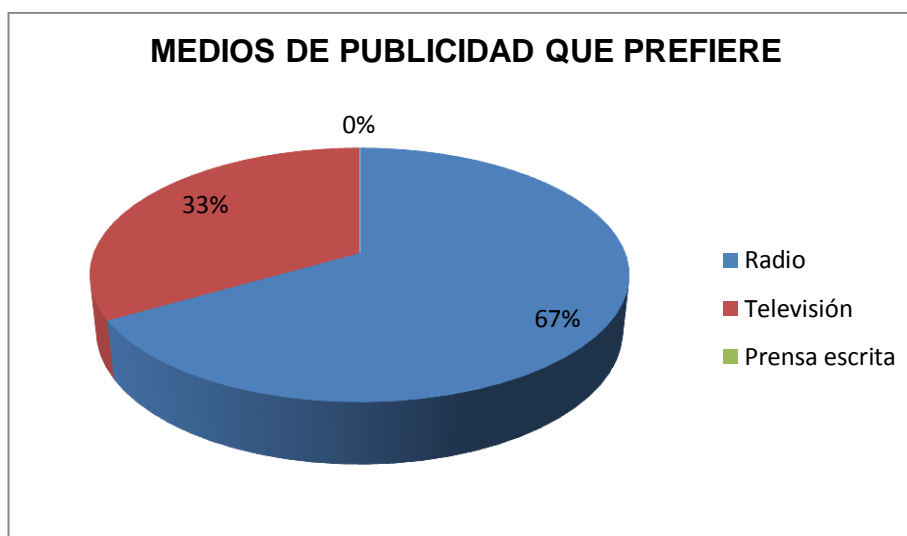
**MEDIOS DE PUBLICIDAD QUE PREFIERE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Radio	2	40
Televisión	1	20
Prensa escrita	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a los Oferentes

Elaboración: La Autora.

**GRÁFICA 19**



### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 40% de encuestados hacen uso del medio publicitario como es la radio, utilizan este medio porque es tiene menos costo que otros medios de comunicación y el 20% utilizan el medio publicitario como es la televisión.

## 8. ¿Qué tipo de promociones realiza usted en su negocio?

**CUADRO 20**  
**TIPO DE PROMOCIÓN**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Obsequios	0	0
Combos	3	60
Órdenes de Compra	1	20
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a los Oferentes

**Elaboración:** La Autora.

**GRÁFICA 20**



### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Con el resultado obtenido de las encuestas aplicadas tenemos que el 60% el tipo de promoción que realizan es combos para atraer clientes y vender más, el 20% el tipo de promoción que realizan es órdenes de compra para mantener sus clientes y atraer clientes.

## g) DISCUSIÓN

### DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

#### DEMANDA POTENCIAL

Para poder establecer la demanda potencial tomamos en cuenta la población económicamente activa de los de los pasajeros del Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito que es de 2.322.300 pasajeros en el año 2013 con la tasa de crecimiento que es 4.75% de esta manera se constituye la demanda potencial del proyecto.

**CUADRO 21**  
**DEMANDA POTENCIAL**

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>
0	2.322.300	4,75%	2322300
1	2.432.609	4,75%	2432609
2	2.548.158	4,75%	2548158
3	2.669.196	4,75%	2669196
4	2.795.982	4,75%	2795982
5	2.928.792	4,75%	2928792

**Fuente:** P.E.A Pasajeros Aeropuerto Tababela, Cuadro 2

**Elaboración:** La Autora

#### DEMANDA REAL

Para determinar la demanda real fue necesario preguntar a cada uno de los encuestados si adquieren o consumen hamburguesas, apoyándonos en la pregunta número 3 de los usuarios se establece 43% si consumen hamburguesas en el Aeropuerto Mariscal Sucre de Tababela.

**CUADRO 22**  
**DEMANDA REAL**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DEMANDA REAL</b>
0	2.322.300	43%	998.589
1	2.432.609	43%	1.046.022
2	2.548.158	43%	1.095.708
3	2.669.196	43%	1.147.754
4	2.795.982	43%	1.202.272
5	2.928.792	43%	1.259.380

Fuente: Cuadro 21 y 3

Elaboración: La autora

### **CONSUMO PER CÁPITA**

Para calcular el consumo promedio de la hamburguesas se utiliza un proceso matemático en el que se establece el punto medio de la variable sumando los puntos de la variable y dividido para dos que es el punto medio y luego se multiplica por la frecuencia para finalmente multiplicar dicho valor por ese tiempo en nuestro caso mensual 12 meses, de lo cual resulta **8652** hamburguesas que divididos para **172** personas de la demanda real resulta que el consumo per capital es de 50 hamburguesas anuales.

**CUADRO 23**  
**Promedio de Consumo de Hamburguesas**

VARIABLE	FRECUENCIA	xm	xm.f	TIEMPO	TOTAL ANUAL
De 1 a 5 mensuales	134	3	402	12	4824
De 6 a 10 mensuales	35	8	280	12	3360
De 11 a 15 mensuales	3	13	39	12	468
De 16 a 20 mensuales	0	0	0	12	0
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>				<b>8652</b>

Fuente: Cuadro 4

Elaboración: El Autor

$$CP = \frac{xm.f}{F}$$

$$CP = \frac{8652}{172}$$

$$CP = 50 \quad \text{hamburguesas anuales}$$

### DEMANDA EFECTIVA

Una vez determinado el consumo per cápita hacemos referencia a la pregunta número 9 de la encuesta realizada a los demandantes estableciendo el 98% de los encuestados están dispuestos apoyar la propuesta de la nueva Empresa de comida rápida este porcentaje que corresponde a 978.617 personas que se multiplica por el consumo per cápita dándonos un resultado de 73.396.292 hamburguesas la cual es la demanda efectiva.

**CUADRO 24**  
**DEMANDA EFECTIVA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA REAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>PROMEDIO CONSUMO DE HAMBURGUESAS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA DE HAMBURGUESAS</b>
0	998,589	98%	978,617	50	49,226,722
1	1,046,022	98%	1,025,102	50	51,564,991
2	1,095,708	98%	1,073,794	50	54,014,328
3	1,147,754	98%	1,124,799	50	56,580,009
4	1,202,272	98%	1,178,227	50	59,267,559
5	1,259,380	98%	1,234,193	50	62,082,769

Fuente: Cuadro 9 y 23

Elaboración: El autor

## **DETERMINACIÓN DE LA OFERTA**

### **OFERTA REAL**

Para poder determinar la oferta real se toma en consideración la pregunta 2 a los oferentes es este caso a los negocios que se dedican a la venta de hamburguesas en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito, en la cual se determina que los 4 locales venden hamburguesas considerando estos también se dedican a la venta de otros platos de comida rápida con son papas, empanadas entre otros.

## CUADRO 25

### OFERTA REAL

AÑOS	Población Oferta	Tasa de crecimiento	Porcentaje	Oferta Real
0	4	1,1%	100%	4
1	4	1,1%	100%	4
2	4	1,1%	100%	4
3	4	1,1%	100%	4
4	4	1,1%	100%	4
5	4	1,1%	100%	4

Fuente: Cuadro 2

Elaboración: La autora

### OFERTA TOTAL

Luego de establecer que 4 locales de comida rápida de la oferta venden hamburguesas se determina cual es la oferta real remitiéndose a la pregunta 5 de la oferta, cuantas hamburguesas vende mensualmente, y luego se realiza el procedimiento matemático que consiste en calcular el punto medio de la variable y luego multiplicar por la frecuencia para luego el resultado multiplicar por el tiempo y poder determinar la oferta anual es **10224** hamburguesas anuales.



**CUADRO 26  
OFERTA TOTAL DE HAMBURGUESAS**

VARIABLE	FRECUENCIA	xm	xm.f	TIEMPO	TOTAL ANUAL
De 1 a 50	0	0	0	0	0
De 51 a 100	0	0	0	0	0
De 101 a 150	0	0	0	0	0
De 151 a 200	1	175,5	175,5	12	2106
De 201 a 250	3	225,5	676,5	12	8118
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>				<b>10224</b>

Fuente: Cuadro 16  
Elaboración: La autora

### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Una vez determinada la oferta total es necesario proyectarla, y se toma en consideración la tasa de crecimiento de los locales que según los datos del SRI de las cafeterías que se establecen en el Aeropuerto es 1.1 %, y hacer el cálculo para los cinco años de vida útil del proyecto.

**CUADRO 27  
OFERTA PROYECTADA**

AÑOS	OFERTA ANUAL
0	10224
1	10336
2	10450
3	10565
4	10681
5	10799

Fuente: Cuadro 25 Y 26  
Elaboración: La autora

## DEMANDA INSATISFECHA

Luego de calcular la demanda efectiva y la oferta de hamburguesas es necesario que calculemos la demanda insatisfecha del proyecto, se determina de la diferencia entre la demanda y la oferta, en el primer año de vida útil del proyecto tenemos 73.386.068 unidades de hamburguesas, podemos ver que si existe demanda en el mercado para la nueva empresa de comida rápida elaboración hamburguesas.

**CUADRO 28**  
**DEMANDA INSATISFECHA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>Oferta Total</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
0	49,226,722	10224	49´216.498
1	51,564,991	10336	51´554.655
2	54,014,328	10450	54´003.878
3	56,580,009	10565	56´569.444
4	59,267,559	10681	59´256.878
5	62,082,769	10799	62´071.970

Fuente: Cuadro 27

Elaboración: El autor

## PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

### PRODUCTO

El producto que se comercializara son hamburguesas, este producto tendrá acogida en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito en Tababela de acuerdo a la pregunta numero 9 realizada a los demandantes, para la elaboración de las hamburguesas se utilizara pan de hamburguesa, carne entre otros productos seleccionados.

## GRÁFICA 21



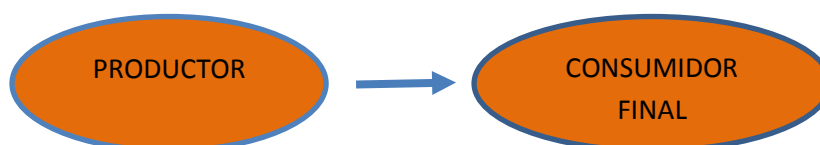
### PRECIO

El precio estimado de las hamburguesas será considerado en base al análisis de la competencia y lo fijará tomando en cuenta la calidad de cada uno de los ingredientes que se utilicen para su elaboración, y de acuerdo a los resultados de la pregunta número 12 realizada a los demandantes este es uno de los factores primordiales para consumir las hamburguesas, debemos destacar que la fijación de precios debe estar acorde a la predisposición del mercado actual, por debajo o igual de la competencia.

### PLAZA

El canal de distribución que se utilizará para este producto será intermediario – usuario final considerando que es el mejor medio de hacer llegar el producto a los consumidores.

## GRÁFICA 22



## **PROMOCIÓN**

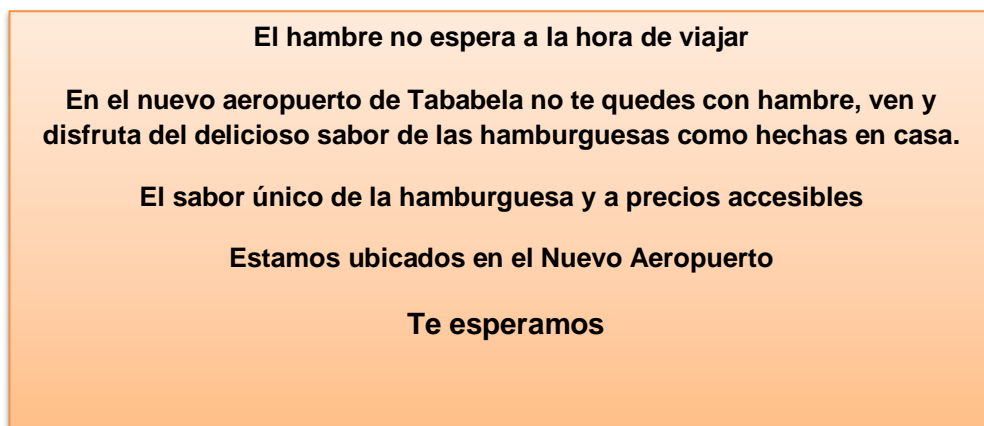
Para realizar la promoción de la nueva Empresa de Comida Rápida se utilizará combos y órdenes de compra lo cual nos permitirá captar más clientes.

## **PUBLICIDAD**

La publicidad que se utilizará para hacer conocer a la nueva empresa y dar a conocer de sus productos y promociones será a través de radio, prensa escrita.

### **GRÁFICO 23**

#### **Cuña Radial**



### **GRÁFICO 24**

## ANUNCIO ESCRITO

### **El hambre no espera a la hora de viajar**

*En el nuevo aeropuerto de Tababela no te quedes con hambre, ven y disfruta del delicioso sabor de las hamburguesas como hechas en casa.*



*El sabor único de la hamburguesa y a precios accesibles*

*Estamos ubicados en el Nuevo Aeropuerto*

*Te esperamos*

## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

#### **Tamaño de la Planta.**

Luego de haber realizado el estudio de mercado, se ha podido establecer el tamaño de la planta, aquí damos a conocer cuál será la que la cantidad

demandada proyectada a futuro considerada como el factor principal y está cantidad es demandada es la que estará en función del crecimiento de cada una de las personas que hagan uso del consumo de hamburguesas.

### **Capacidad Instalada.**

La capacidad instalada son las condiciones que tiene la planta o empresa para producir una cantidad determinada de productos o servicios que se ha decidido entregar al consumidor. En el presente proyecto, se ha podido determinar que la capacidad instalada de la empresa productora de comida rápida hamburguesas es la siguiente en donde se recibe la orden de pedido y se verifica **2** minutos, se eligen los ingredientes carne molida, lechuga, cebolla, entre otros en **6** minutos. Se procede a limpiar las verduras **4** minutos. Se pica el tomate en rodajas, la cebolla, se corta hojas de lechuga, etc. **7** minutos. Luego se prepara la carne para las hamburguesas con varias mezclando con varias especerías, se procede a moldear la carne **10** minutos, freír la carne en **17** minutos. Se verifica la temperatura adecuada, tamaño **4** minutos. Se arma las hamburguesas, colocando cada ingrediente empezamos por el pan de hamburguesa. **7** minutos Ya armada la hamburguesa se procede a enfundar rápidamente en tiempo de **2** minutos. Se despacha listo para consumir. **1** minuto, en todo este proceso de elaboración de hamburguesas de 16 hamburguesas se utilizan 60 minutos o 1 hora x 8 horas laborables de la empresa seria 128 hamburguesas diarias x 5 días laborables 640, al mes 2560 x 12 mese 30720 hamburguesas anuales.

**CUADRO 29  
CAPACIDAD INSTALADA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>%</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA DE HAMBURGUESAS</b>
0	49'216.498	0,06%	30.720

Fuente :Cuadro 28

Elaboración: La autora

### **Capacidad Utilizada**

Una vez calculada la capacidad instalada se debe establecer el porcentaje de ella con el que la empresa va a trabajar, en este caso se trabajará con el 80% en el primer año por introducción al mercado

**CUADRO 30**

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>%</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA DE HAMBURGUESAS</b>
1	30.720	80%	24.576
2	30.720	85%	26.112
3	30.720	90%	27.648
4	30.720	95%	29.184
5	30.720	99%	30.413

Fuente :Cuadro 29

Elaboración: La autora

### **LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

La Empresa estará ubicada en la Ciudad de Quito, Provincia de Pichincha caracteriza por su arquitectura y arte colonial enmarcados en el ocase andino, bares y restaurantes como punto de encuentro entre sabores de costa y sierra o paseos al anochecer con música tradicional: Quito ofrece todo tipo de lugares para visitar, que son el vivo reflejo de su historia y cultura conviviendo con la vida moderna se destacan sus iglesias y santuarios sus habitantes su cultura, maravillosos paisajes naturales

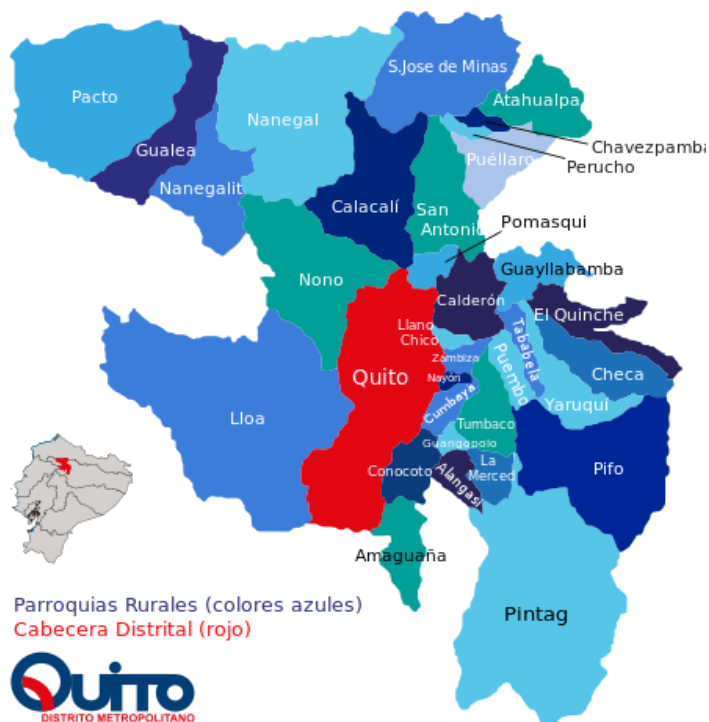
complementada con la comodidad. La Ciudad de Quito cuenta con un aeropuerto en constante crecimiento. El aeropuerto internacional de Quito, Mariscal Sucre, (también conocido como Aeropuerto de Tababela) fue inaugurado en febrero de 2013 para reemplazar al Antiguo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, y ganar así en seguridad y modernidad con una de las pistas más largas de Sudamérica. concentran la gran mayoría de vuelos internacionales y nacionales del país. Sirve con vuelos a toda América y Europa. Considerando que el aeropuerto es un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación como vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte para que los usuarios tengan la facilidad de acceder a ella.

Así podemos determinar la macro y micro localización.



## GRÁFICA 23

### MACRO LOCALIZACIÓN



### MICRO LOCALIZACIÓN

Microlocalización se especifica cuáles son las calles con nombres exactos donde será la empresa, determinando la localización exacta de la empresa en nuestro caso estará ubicada en la Parroquia de Tababela al nororiente de Quito y nace como parte de los llanos o llanuras de Yaruquí en las calle Alfonso Tobar y Julio Guzmán (Aeropuerto Tababela)

GRÁFICA 24



Para poder determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración factores como:

- ❖ **Disponibilidad de acceso para el cliente.** Este es un factor de mucha importancia para la localización ya que en cierta forma tiene mucho que ver la ubicación de la empresa respecto a los consumidores, tomando en cuenta el transporte para llegar a la misma.
- ❖ **Mano de Obra.** La mano de obra es aspecto importante para el proceso de producción, este proceso no es complicado por lo que explicar el procedimiento al personal no dará ningún inconveniente porque tan solo con observar se va adquiriendo conocimientos de la elaboración, lo que permitirá un producto de calidad.
- ❖ **Servicios generales.-** La empresa será ubicada en un sector donde existe disponibilidad de todos los servicios básicos como: energía

eléctrica, agua, teléfono y alcantarillado que son de carácter muy indispensable para el desarrollo del proyecto.

- ❖ **Posibilidad de eliminación o tratamientos de desechos.-** Se utilizará mecanismos adecuados para la eliminación de desechos, brindando beneficios no solo para la empresa si no para la ciudad.

## **PONDERACIÓN DE FACTORES**

### **TABLA DE PONDERACIÓN DE FACTORES**

La tabla ponderación se ha utilizado por el tamaño de la empresa y tipo de actividad que realizará la empresa con la finalidad de encontrar las herramientas que permitan evaluar tanto la factibilidad de iniciar como de continuar con la actividad de la empresa, de compararlo con otras posibilidades, y de analizar las acciones tendientes a mejorar las actividades ya ejecutadas.

### **FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA TABLA DE PONDERACIONES**

- 1.- Analizar la factibilidad de un nuevo negocio o servicios.
- 2.- Monitorear los cambios de la empresa y su continuidad.
- 3.- Hacer un seguimiento de la evolución de esta actividad a los efectos de monitorear sus posibilidades futuras y su comparación con otras actividades.

En cuanto a los factores a tomar en consideración debe ser la más amplia posible a los efectos de tomar al momento de la evaluación todos aquellos que sean determinantes de la rentabilidad y riesgos.

Los factores a considerar tenemos:

**Rentabilidad.-** Podemos considerar la rentabilidad sobre la inversión o bien la rentabilidad sobre los activos totales. En el caso de analizar una actividad deberá calcularse la rentabilidad en función de las inversiones necesarias para la realización de tales actividades.

**Ubicación.-** La localización o ubicación de la empresa en muchos casos es fundamental, sobre todo tratándose de servicios de comida rápida.

**Conocimientos.-** Para el profesional dentro del área de servicios, debe estar preparado y tener conocimientos sobre la atención al cliente. Además este factor tendrá un alto nivel de ponderación.

**Experiencia.-** Cualquier trabajo es fundamental la experiencia para saber de los secretos de cada tipo de actividad que se realizará.

**Nivel de competencia externa.-** ante la globalización de la economía es importante seguir muy de cerca la evolución de los competidores externos en la actividad de la empresa. Cuanto mayor sea el riesgo de un incremento de competencia foránea menor será el puntaje. Generar ventajas competitivas en materia de precios, calidad, servicios y diferenciación es una forma de contrarrestar dichas interferencias.

Forma de Calificar la tabla Ponderaciones

Para el caso de una empresa unipersonal la calificación deberá razonarla el propietario con su asesor personal o bien con el encargado de la empresa. Es fundamental que la calificación no sea individual sino conjunta, de manera tal de ver cada factor desde diferentes y variadas perspectivas.

Siempre se debe estar alerta ante factores que alteren o puedan alterar las calificaciones otorgadas a cada factor. La calificación en si es el razonar la manera en que la empresa se ve favorecida o desfavorecida ante los cambios y de qué forma podemos mejorar la posición y ventaja competitiva de la empres

**CUADRO 31**

<b>PONDERACIÓN DE FACTORES DE LA CIUDAD DE QUITO</b>				
<b>NUMERO</b>	<b>FACTORES</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
		<b>TABABELA</b>	<b>QUINCHE</b>	<b>CUMBAYÁ</b>
1	Ubicación Geográfica Estratégica	20	10	10
2	Servicios básicos	30	30	20
3	Infraestructura de acceso vías	20	20	20
4	Transporte público	10	5	5
5	El esparcimiento	5	5	5
6	Existencia de competencia	10	10	10
<b>TOTAL</b>		95	80	70

De acuerdo al resultado obtenido considerando los sectores Tababela, Quinche y Cumbayá se ha podido considerar que en el Sector Tababela, obtuvo un total de 95 puntos sobre el 100%, siendo el de mayor oportunidad para ejecutar este proyecto.

En lo que hace al puntaje concreto a aplicar va de:

- ✓ **Uno.** Para una situación muy mala.
- ✓ **Cinco.** Para una situación mala.
- ✓ **Diez.** Para una posición regular.
- ✓ **Veinte.** Valido para una buena situación.

- ✓ **Treinta.** Correspondiente a una situación o posición muy buena.

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Aquí se definen todos los recursos necesarios y adecuados la tecnología necesaria, para la distribución de la planta ya que estos se utilizarán para un buen desarrollo y poder brindar el servicio adecuado en la Empresa productora y comercializadora de comida rápida (hamburguesas), basándonos en el diseño de la planta o instalaciones su distribución con sus respectivo mobiliario, equipo, mano de obra, personal administrativo, equipos y materiales de oficina, etc. Cada una con diferente política diseñada.

Permitiendo determinar las inversiones requeridas y proporciona las bases para el estudio económico y financiero de la empresa.

Con el diseño de la Empresa se logrará definir cada área de la empresa, la misma que contará con atención cliente, departamento ventas, gerente, secretaría entre otros.

### **Recursos Humanos**

Aquí se selecciona el personal necesario y adecuado para cada uno de los departamentos de la empresa con el fin de aportar, propiciar y ejecutar de manera correcta las actividades laborales, necesarios para crear un buen clima laboral que brinden calidad humana y eficiencia en los diferentes servicios para los clientes internos como externos, para que la empresa de productora de comida rápida ( hamburguesas) cuente con el personal indicado en cada una de sus áreas en el momento necesario.

**Personal Administrativo**

- ✓ Gerente
- ✓ Contadora
- ✓ Secretaría

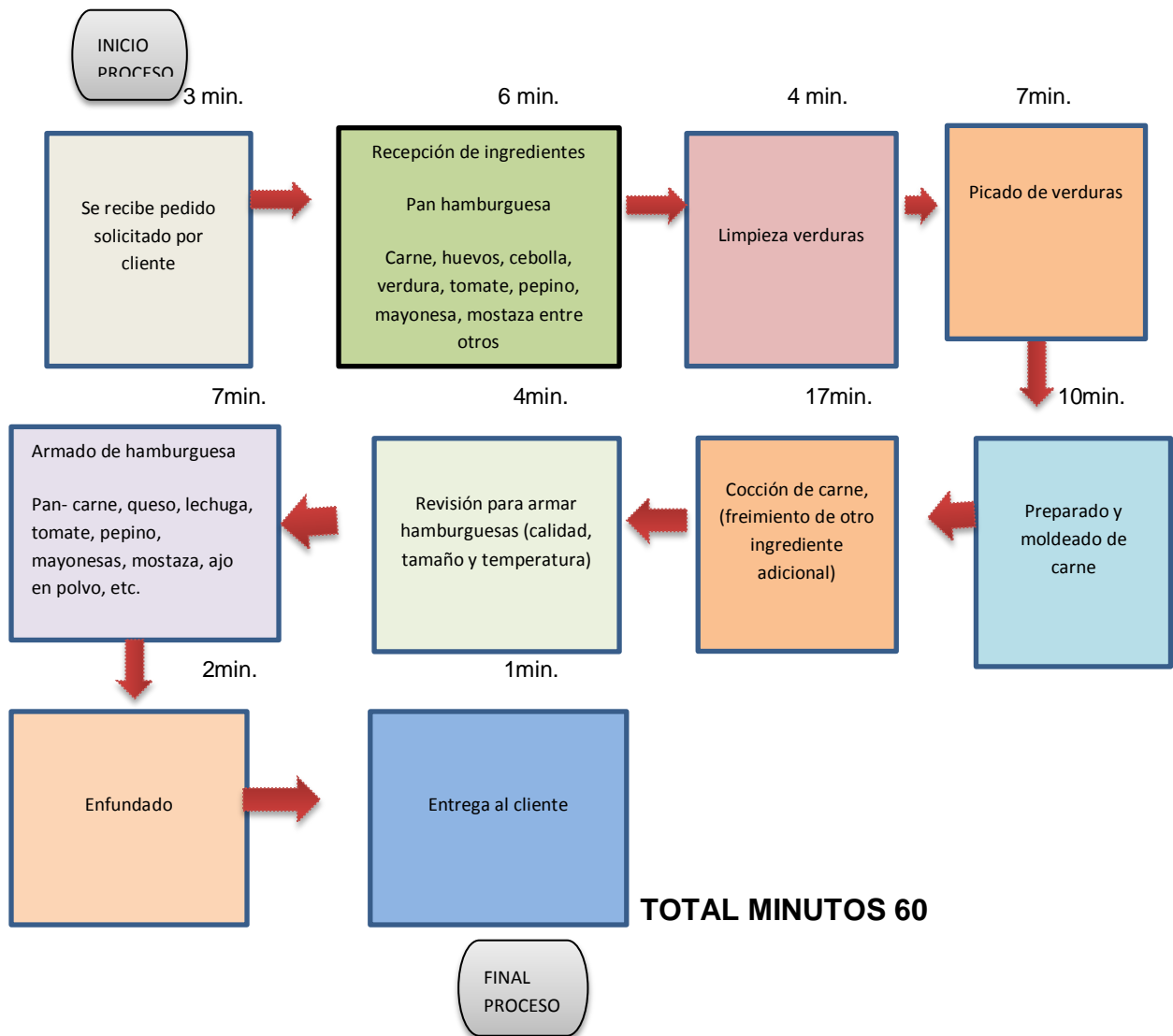
**Equipo de Oficina**

- ✓ Computadora
- ✓ Impresora
- ✓ Teléfono
- ✓ Archivador
- ✓ Mueble de escritorio

**Suministros de Oficina**

- ✓ Resmas de papel bond
- ✓ Lápices
- ✓ Esferos
- ✓ Tijeras
- ✓ Calculadora
- ✓ Borrador

**GRÁFICA 25**  
**FLUJO GRAMA DE PROCESO DE LA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA**  
**(16 HAMBURGUESAS)**





## PROCESO DE LA EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA- HAMBURGUESAS

**1. Solicitud de compra cliente:** Se verifica la orden que el cliente requiere solicita para la preparación de la hamburguesa. En 3 minutos.

**2. Recepción de Ingredientes:** Se eligen todos los ingredientes para la elaboración de las hamburguesas como la carne molida, queso, cebolla, pepino, tomate, lechuga, mayonesas, mostaza, embutidos, entre otro (siempre dependiendo del tipo de hamburguesa). En 6 minutos.

**3. Limpieza:** Se limpia limpiar o lava las verduras, tomate dejando listas para cortar. Tiempo de 4 minutos.

**4. Picado:** Se pica el tomate en rodajas, la cebolla, pepinos, se corta hojas de lechuga, etc. En tiempo de 7 minutos.

**5. Preparado y Moldeado de carne:** En este paso del proceso se prepara la carne para las hamburguesas con varias especerías revolviendo constantemente con harina, luego procede a moldear la carne para poder freírla. En un tiempo de 10 minutos.

**5. Cocción de carne:** Se procede a cocinar o freír la carne tomando en cuenta el punto adecuado de cocción. En un tiempo de 16 minutos.

**7. Revisión de ingredientes:** se procede a revisar los, que estén a una temperatura adecuada, tamaño y calidad ingredientes para no tener dificultad al armar las hamburguesas. En tiempo de 4 minutos.

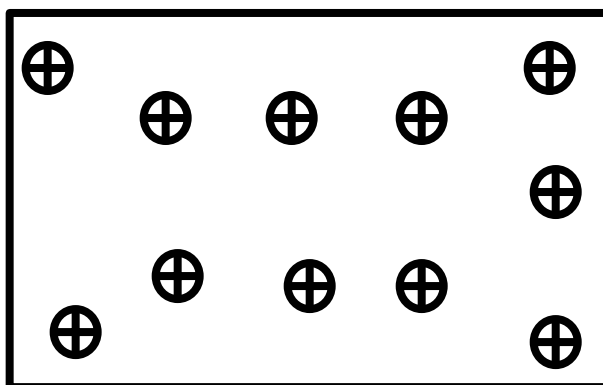
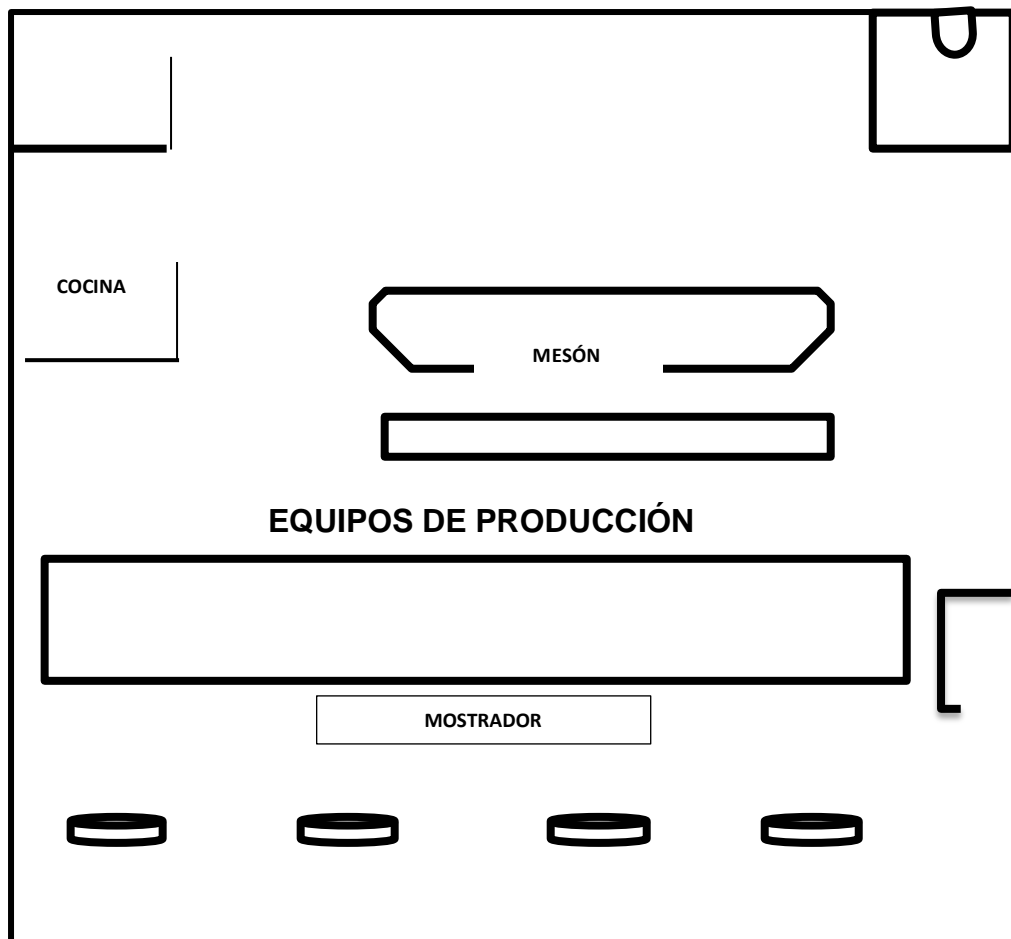
**8. Armado de hamburguesas:** Se procede armar la hamburguesa, colocamos como base pan de hamburguesa untar mayonesa, la carne,

queso, seguidamente lechuga, 2 rodajas de tomate, cebolla, 2 rodajas de pepinillos, mostaza, mayonesa y finalmente la corona del pan se y se ensambla. En 7 minutos listo para enfundar

**9. Enfundado:** Ya armada la hamburguesa se procede a enfundar rápidamente en tiempo de 2 minutos.

**10. Despachado:** Se entrega al cliente listo para consumir. En 1 minuto.

**GRÁFICO 26**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**



**Plancha Freidora 1 unid.**



**Cocina Pequeña 1 unid.**



**Refrigerador 1 unidad**



## Utensilios de cocina (cucharas, ollas, cuchillos, sierras. Licuadoras, etc)



## Guantes



## Gorros



## Fundas



Mesas Acero inoxidable 2 unids.



Cestas 3 und.



## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **Estudio Administrativo.**

La estructura organizativa del proyecto es muy importante se desarrolla acorde con los requerimientos que sean necesarios en la empresa, actividades que se requieren para la implementación y operación del proyecto como es la organización legal y otras que se requieran la misma se presentan las estructuras legales y funcionales que deberá tener la empresa, haciendo mención de las pautas que se deberán seguir para la constitución de la misma como tal, así como de los perfiles de los puestos requeridos en

su estructura de organización, costos proyectados en lo referente a sueldos, salarios.

### **Organización Legal**

Para el desarrollo de la organización jurídica de la nueva empresa se ha previsto implementar una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo al artículo 92 de la Ley de Compañías, en su parte pertinente dice: La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae entre dos o más personas, que responden por las obligaciones sociales, hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “COMPAÑÍA LIMITADA” o su correspondiente abreviatura.

Se requiere de los siguientes requisitos:

- Acta constitutiva.
- Razón Social de la empresa “HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS”
- Domicilio: Ciudad de Quito, Provincia Pichincha.
- Capital social. Por determinarse
- Tiempo de Duración: Tres años.
  
- **Objeto Social.** La Empresa de “HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS” CÍA. LTDA.

Se dedicará a la producción y comercialización de Hamburguesas

## **MINUTA DE CONSTITUCIÓN**

### **Señor Notario:**

En las escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -  
Intervienen en la celebración de este contrato, La Señora Cumandá Ortega; la compareciente manifiesta ser ecuatoriana, mayor de edad, casada, domiciliadas en esta ciudad de Quito; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada “HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS” CÍA. LTDA. La misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE “HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS” CÍA. LTDA.

### **CAPITULO PRIMERO**

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la Ciudad de Quito, con domicilio en el mismo lugar, Provincia de Pichincha. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada “HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS” CÍA. LTDA.



ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, producción y comercialización de comida rápida (hamburguesas), y cualquier otra actividad a fin con la expresada.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## **CAPITULO SEGUNDO**

### **DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL**

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de trescientos dólares, dividido en trescientas participaciones de un dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos

terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe

las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidadas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

### **CAPITULO TERCERO**

#### **DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES**

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y. Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta de poder. Se requiere carta poder para cada sesión y, el

poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto; Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

#### **CAPITULO CUARTO**

##### **DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

ARTICULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISÉIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del

territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las

excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendría la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

- Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;
- Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;
- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:
- Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:
- Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:
- Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;
- Aprobar los reglamentos de la compañía:
- Aprobar el presupuesto de la compañía;
- Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.



ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

- Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;
- Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;
- Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;
- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;
- Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;
- Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;
- Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;
- Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;
- Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así

como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

## **CAPÍTULO QUINTO**

### **DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía “HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS” CÍA. LTDA.

ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la Señora Cumandá Ortega cien participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de cien dólares; la señora Aida Ortega cien participaciones, un dólar cada una, con un valor, con un valor total de cien dólares, con un valor total de doscientos dólares; TOTAL: doscientas participaciones de un dólar cada

una, que dan un total de doscientas participaciones de un dólar; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco de Pichincha, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al abogado Vicente Orellana para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

#### ATENTAMENTE

AB. Vicente Orellana

Abogado, Matrícula PAC - 240

Sra. Cumandá Ortega

Sra. Aida Ortega

C.C: 1164259867

C.C: 1004658766

#### **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

La estructura organizativa incluyen un rango de control, departamentalización, distribución de la autoridad y altura de la organización, esta estructura administrativa nos permite un mejor desenvolvimiento en la ejecución de sus actividades, por lo que es necesario contar con una

adecuada organización designando funciones y responsabilidades del talento humano que conformará la empresa, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de cada una de las actividades.

## **NIVELES JERÁRQUICOS**

Aquí es necesario que se determine un modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo.

### **a) Nivel Legislativo**

Este es el primer nivel jerárquico y está integrado por los dueños de la empresa, que tomarán el nombre de Junta General de Accionistas y está representado por el Presidente, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

### **b) Nivel Directivo**

Constituye el segundo grado de autoridad, está conformado por el Gerente – Administrador que es nombrado por la Junta General de Accionistas, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es Planear, orientar y dirigir la marcha administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

**c) Nivel Asesor**

La empresa contará con servicios temporales de un Abogado, para orientar las situaciones de carácter laboral y judicial. Este nivel no tiene autoridad de mando.

**d) Nivel Auxiliar o de Apoyo**

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

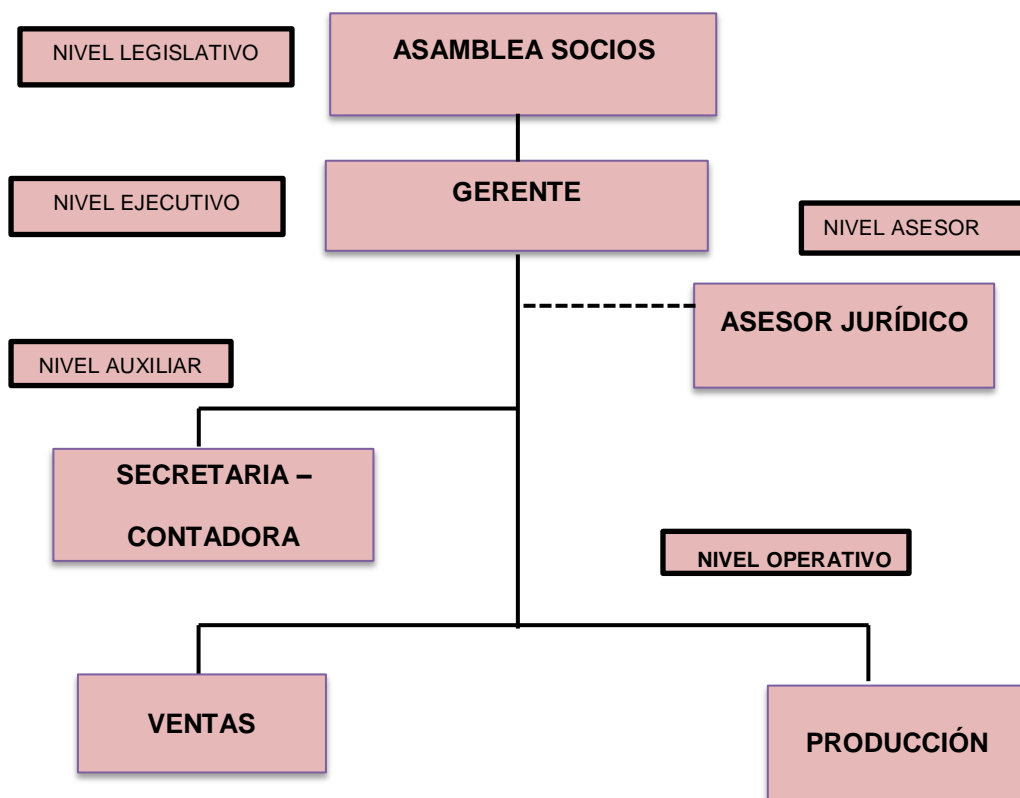
**e) Nivel Operativo**

Corresponde a todos los obreros que apoyarán en el proceso de producción de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

**ORGANIGRAMAS**

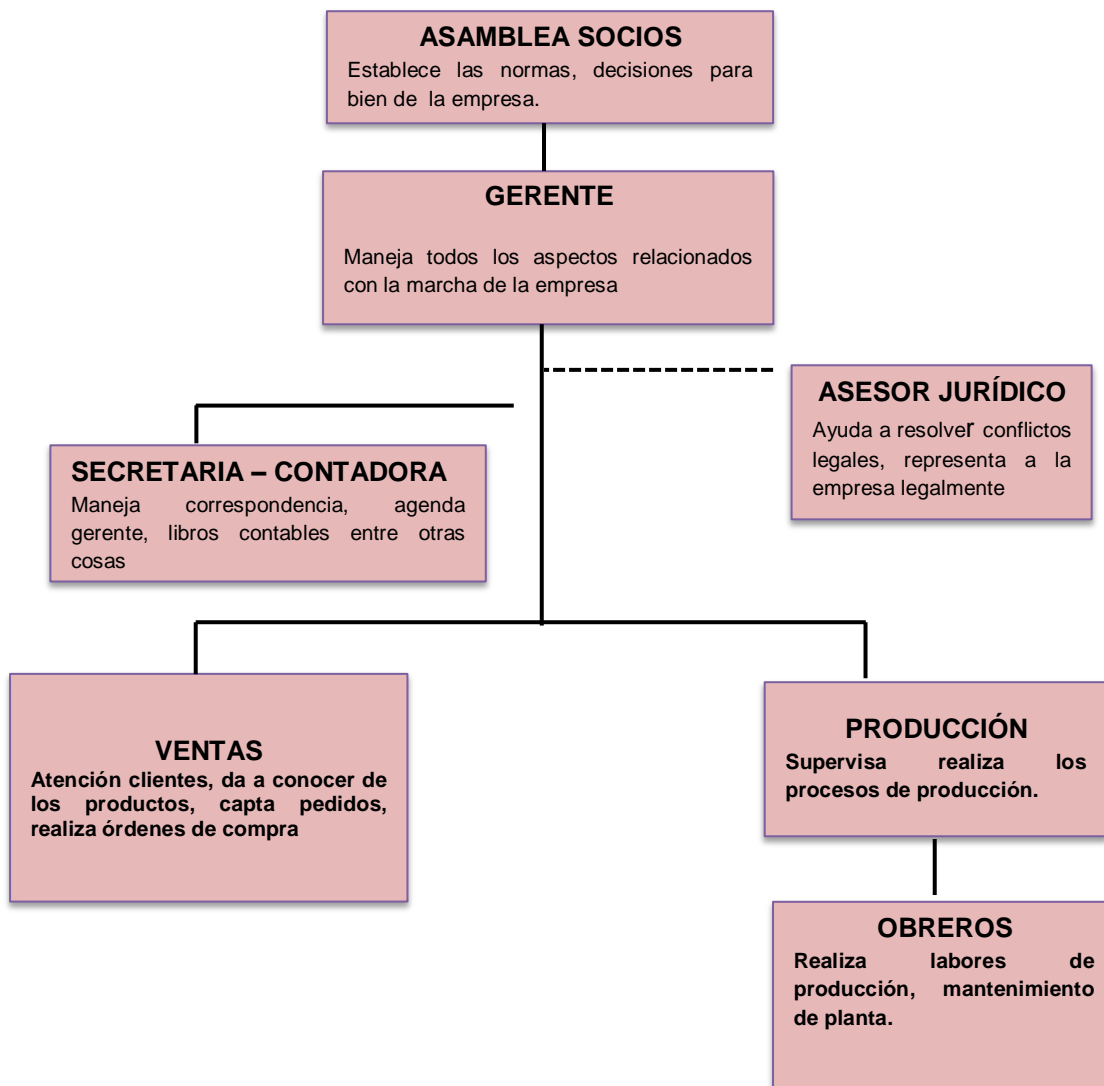
Estos organigramas tienen un papel informativo, permitiendo que los integrantes de la organización y de las personas vinculadas a ella conozcan, a nivel global, sus características generales, aquí representamos las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la empresa a través del organigrama estructural y funcional, de la siguiente manera:

## GRÁFICA 27

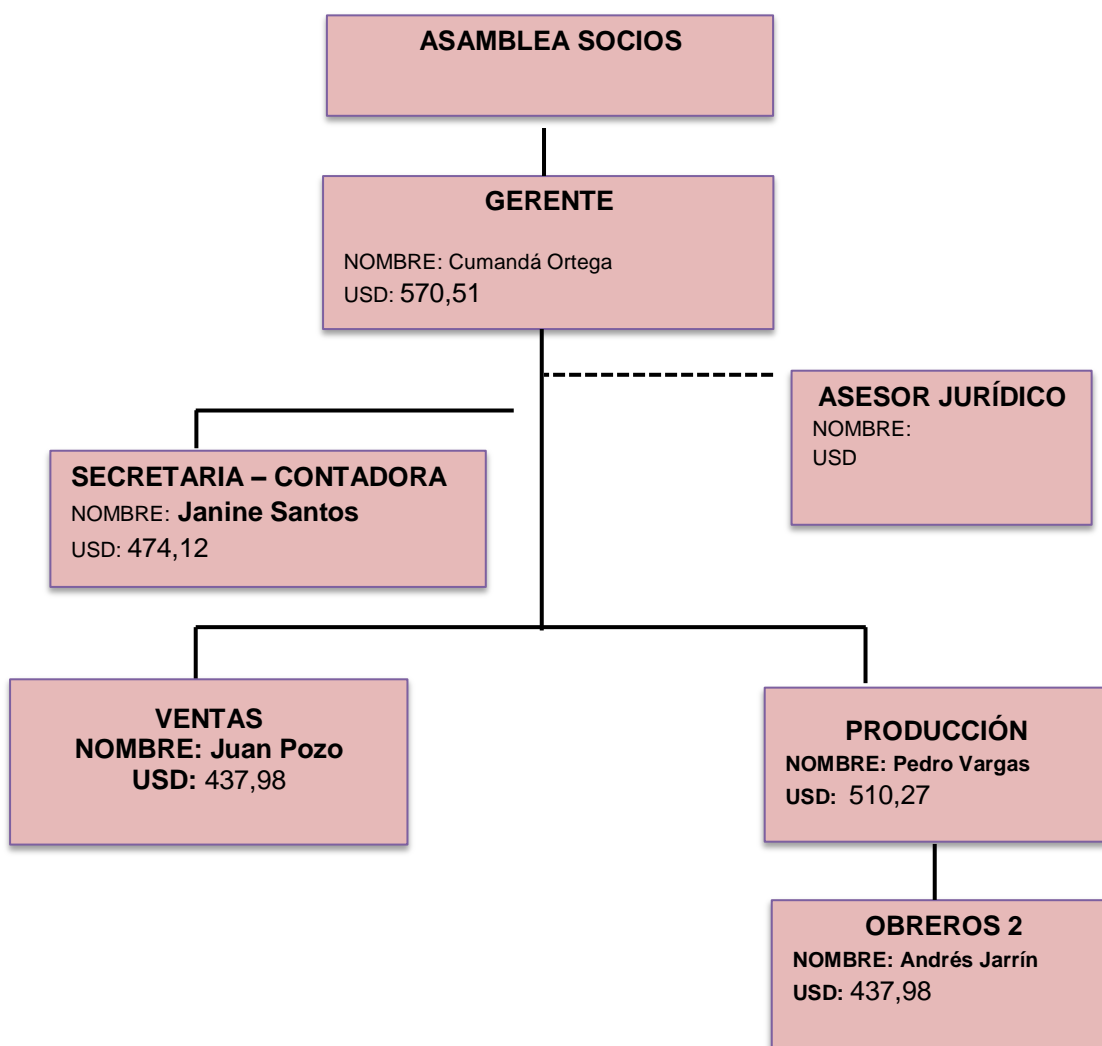
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA DE  
“HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS” CÍA. LTDA.**

**GRÁFICA 28**

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA DE “HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS” CÍA. LTDA.**



## GRÁFICA 29

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA DE "HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS" CÍA. LTDA



**MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA “HAMBURGUESAS RICAS SABROSAS” CÍA. LTDA**

**CÓDIGO: 01**

**TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** PLANEAR, ORGANIZAR, DIRIGIR Y CONTROLAR LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.

**TAREAS TÍPICAS:**

- + Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial).
- + Administrar y gestionar los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos de la organización.
- + Presentar informes económicos, financiero y administrativos al nivel superior (Junta General Accionistas).
- + Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la Junta General Accionistas.
- + Controlar la ejecución de los planes, evaluar sus resultados para tomar acciones correctivas.
- + Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa.
- + Diseñar estrategias para la promoción y publicidad, así como de comercialización del producto.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- + Instrucción Formal: Superior
- + Título: Ingeniero Comercial
- + Experiencia: Dos año en actividades afines
- + Capacitación: Cursos en liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informático.

**CÓDIGO: 02**

**TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** ASESORAR SOBRE ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA.

**TAREAS TÍPICAS:**

- ✚ Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.
- ✚ Elaborar contratos de trabajo.
- ✚ Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la Junta General de Accionistas.
- ✚ Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Ética profesional, su participación es eventual, recomienda toma de acciones, no tiene poder de decisión.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- ✚ Instrucción Formal: Superior
- ✚ Título: Abogado de los Tribunales de Justicia.
- ✚ Experiencia: Dos años en funciones similares.
- ✚ Capacitación: Manejo de informática básica.

**CÓDIGO: 03**

**TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA CONTADORA**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** REALIZAR LABORES DE REDACCIÓN DE DOCUMENTOS, ARCHIVOS DE CORRESPONDENCIA Y ATENCIÓN AL PÚBLICO.

**TAREAS TÍPICAS:**

- + Atender al público.
- + Brindar información a los clientes.
- + Redactar oficios, memorando y circulares internas.
- + Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.
- + Manejar archivo.
- + Administración de Caja Chica.
- + Elabora órdenes de compra y pago a proveedores.
- + Archivo, mantenimiento y custodia de los contables diarios.
- + Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- + Instrucción Formal: Media
- + Título: Bachiller en Secretariado

**CÓDIGO: 04**

**TÍTULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Dirigir y organizar las labores de producción de alimentos comida rápida y mantenimiento de equipo de producción de hamburguesas.

**TAREAS TÍPICAS:**

- + Cumplir disposiciones del nivel superior.
- + Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.
- + Realizar el control de calidad durante el proceso de producción.
- + Elaborar notas de pedido de materia prima.
- + Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Actitud positiva, iniciativa, responsabilidad y ética profesional.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- + Instrucción Formal: Superior
- + Título: Ingeniero en Industrias
- + Experiencia: Dos años en funciones similares
- + Capacitación: Manejo de programas informáticos para producción industrial, cursos de relaciones humanas.

**CÓDIGO: 05**

**TÍTULO DEL PUESTO: Obrero**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.

**TAREAS TÍPICAS:**

- + Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.
- + Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto.
- + Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.
- + Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.
- + Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- + Instrucción Formal: Media
- + Título: Bachiller en cualquier rama
- + Experiencia: No indispensable
- + Capacitación: No indispensable
- + Dos referencias personales
- + Orientados a trabajar en equipo
- + Capacidad para trabajar bajo presión

**CÓDIGO: 06**

**TÍTULO DEL PUESTO: Vendedor**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Atención clientes, comercialización de productos.

**TAREAS TÍPICAS:**

- + Planificar actividades de comercialización del producto.
- + Establecer contactos con clientes
- + Elaborar planes de venta.
- + Entrega de producto.
- + Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Iniciativa, creatividad y don de gentes para ejecución de su trabajo.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- + Instrucción Formal: Superior
- + Título: Bachiller
- + Experiencia: Un año en labores similares
- + Capacitación: Manejo programas informáticos básicos, Curso de relaciones humanas.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

### **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

La implementación del proyecto implica el uso de una serie de recursos, los cuales deben ser identificados en forma minuciosa, porque de ello depende que al momento de implementar el proyecto no surjan problemas, que al final podrían atentar contra la implementación del proyecto. Por tal motivo es importante que aquellos que promuevan una inversión conozcan profundamente lo que pretenden realizar o en todo caso profundicen sobre el tema si es que no hay un conocimiento total.

A continuación se detallan las inversiones

### **INVERSIONES**

La inversión son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto. Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Capital de Trabajo

### **ACTIVOS FIJOS**

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en

administración y ventas, y están sujetos a depreciaciones, excepto los terrenos que se revalorizan por la plusvalía generada. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

**MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN:** Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en labores productivas.

**CUADRO 32**  
**Maquinaria y Equipo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Plancha asadora	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Licadora	1	\$ 95.00	\$ 95.00
Cocina Industrial	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Picatodo	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Refrigeradora	1	\$ 700.00	\$ 700.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,205.00</b>

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

**HERRAMIENTAS:** Estos objetos fueron diseñados para facilitar la realización de una tarea mecánica que requiere del uso de una cierta fuerza, Las inversiones correspondientes a este rubro son las siguientes.



**CUADRO 33**  
**Herramientas**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cuchillo	3	\$ 12.00	\$ 36.00
Mesa de trabajo	2	\$ 225.00	\$ 450.00
Sartén	4	\$ 18.00	\$ 72.00
Tabla de picar	2	\$ 6.00	\$ 12.00
Fuente	5	\$ 7.00	\$ 35.00
Cucharas de madera	5	\$ 0.80	\$ 4.00
Cucharas de metal	6	\$ 1.10	\$ 6.60
Set de condimentos	1	\$ 15.00	\$ 15.00
Exprimidor de limones	2	\$ 3.00	\$ 6.00
Cernidor	2	\$ 2.00	\$ 4.00
Rallo	2	\$ 3.00	\$ 6.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 646.60</b>

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

**EQUIPO DE COMPUTACIÓN:** Comprende el equipo informático que utilizará la empresa. Se detalla a continuación:

**CUADRO 34**  
**Equipo de Computación**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora de escritorio (Clon)	2	\$ 520.00	\$ 1,040.00
Impresora tinta continua	1	\$ 99.00	\$ 99.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,139.00</b>

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

**EQUIPO DE OFICINA:** Son componentes necesarios para el área administrativa de la empresa.

**CUADRO 35**  
**Equipo de Oficina**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Sumadora	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Teléfono	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Perforadora	1	\$ 12.00	\$ 12.00
Grapadora	1	\$ 15.00	\$ 15.00
Sello	1	\$ 12.00	\$ 12.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 144.00</b>

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

**MUEBLES Y ENSERES:** Se relaciona con el mobiliario con que cuenta la empresa, tanto de producción como administrativas. Se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO 36**  
**Muebles y Enseres**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	1	\$ 85.00	\$ 85.00
Mesa de computadora	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Archivadores	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Sillón Tipo Gerente	1	\$ 135.00	\$ 135.00
Silla giratoria	1	\$ 35.00	\$ 35.00
Sillas	3	\$ 25.00	\$ 75.00
Mostrador	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Pechas	2	\$ 70.00	\$ 140.00
Caja	1	\$ 150.00	\$ 150.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 880.00</b>

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

**EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL:** Aquí se especifican los equipos necesarios para la seguridad del local, lo cual es obligatorio en el caso de este tipo de establecimientos, se detallan a continuación:

**CUADRO 37**  
**Equipo de Seguridad Industrial**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extinguidor	1	\$ 45.00	45.00
Botiquín	1	\$ 40.00	40.00
<b>TOTAL</b>			<b>85.00</b>

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: El autor

## RESUMEN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

A continuación se detalla el total de inversiones en activos fijos.

**CUADRO 38**  
**Inversiones en activos fijos**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	\$ 1,205.00
Herramientas	\$ 646.60
Equipo de Computación	\$ 1,139.00
Equipo de Oficina	\$ 144.00
Muebles y Enseres	\$ 880.00
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 85.00
Imprevistos 5%	\$ 204.98
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,304.58</b>

FUENTE: Cuadro 32 a 37

ELABORACIÓN: La autora

## ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Lo constituyen activos que son propiedad de la empresa y que son necesarios para la marcha del proyecto siendo susceptibles de amortización, pero no son tangibles. A continuación se detallan

**CUADRO 39**  
**Activos Diferidos**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
Estudios Preliminares	\$ 500.00
Gastos de constitución	\$ 250.00
Permisos de funcionamiento y operación	\$ 50.00
Imprevistos 5%	\$ 40.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 840.00</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La autora

### **ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO**

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir la empresa para su normal funcionamiento, en un periodo determinado de tiempo, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas, por ello se ha determinado que se calculará los costos necesarios para el funcionamiento de la empresa para un mes de operación, se detalla cada rubro necesario a continuación.

#### **Materia Prima Directa**

Son los componentes o ingredientes con los que se elaborará el producto, en este caso hamburguesas, se detalla a continuación

**CUADRO 40**  
**Materia Prima Directa**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	Requerimiento para 10 hamburguesas	CAPACIDAD UTILIZADA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Carne molida	kilos	1	24576	2458	\$ 5.00	\$ 12,288.00
Pan de hamburguesa	Funda	1	24576	2458	\$ 1.20	\$ 2,949.12
Cebolla	Libras	1	24576	2458	\$ 0.40	\$ 983.04
Aliño	Onzas	1	24576	2458	\$ 0.16	\$ 393.22
Sal	Onzas	1	24576	2458	\$ 0.05	\$ 122.88
Tomate	Libras	1	24576	2458	\$ 0.25	\$ 614.40
Lechuga	Unidad	1	24576	2458	\$ 0.50	\$ 1,228.80
Mayonesa	Sachet	2	24576	4915	\$ 0.25	\$ 1,228.80
Mostaza	Sachet	1	24576	2458	\$ 0.20	\$ 491.52
Orégano	Sobre	1	24576	2458	\$ 0.10	\$ 245.76
Comino	Sobre	1	24576	2458	\$ 0.10	\$ 245.76
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 20,791.30</b>

Fuente: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

Para determinar la materia prima directa se toma en cuenta los ingredientes necesarios para la producción de 10 hamburguesas, ya que es difícil detallar lo necesario para una sola, por lo pequeño de algunas cantidades por eso el cálculo de la cantidad requerida para el total de la capacidad utilizada calculada en el estudio técnico se ha procedido a realizar una regla de tres de la siguiente manera.

1 funda de panes de hamburguesa----- 10 hamburguesas

X fundas----- 24576 hamburguesas

X=  $\frac{1 \text{ funda de panes de hamburguesa} \times 24576 \text{ hamburguesas}}{10 \text{ hamburguesas}}$

X= 2458 funda de panes de hamburguesa

El mismo procedimiento se ha utilizado para establecer todos los ingredientes.

### Materia Prima Indirecta

Constituyen los elementos adicionales necesarios para la elaboración del producto, como en este caso se ha considerado las fundas donde se entrega el producto al consumidor final.

**CUADRO 41**  
**Materia Prima Indirecta**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Fundas	Unidad	24576	\$ 0.01	\$ 245.76
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 245.76</b>

Fuente: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: La autora

### Mano de obra directa

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra directa correspondiente a los obreros necesarios para producir en total 2. Se detalla a continuación

**CUADRO 42**  
**Mano de Obra Directa Primer Año**

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Obrero	340	41.31	28.33	28.33	437.98	2	10511.44

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

Ya que de acuerdo a la ley se debe pagar fondos de reserva a la mano de obra se la considera en el siguiente cuadro.

**CUADRO 43**  
**Mano de Obra Directa Segundo Año**

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Obrero	340	41,31	28,33	28,33	28,33	466,31	2	11191,44

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

### Mano de obra Indirecta

El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra indirecta correspondiente al Jefe de Producción. Se detalla a continuación

**CUADRO 44**  
**Mano de Obra Indirecta Primer Año**

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Jefe de Producción	400	48,60	33,33	28,33	510,27	1	6123,20

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

Así mismo se considera los fondos de reserva a partir del segundo año como se muestra en el cuadro siguiente

**CUADRO 45**  
**Mano de Obra Indirecta Segundo Año**

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Jefe de Producción	400	48,60	33,33	33,33	28,33	543,60	1	6523,20

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

### Sueldos Administrativos

El valor requerido para cubrir el pago de sueldos del personal administrativo que laborará en la nueva empresa. Se detalla a continuación

**CUADRO 46**  
**Sueldos Administrativos Primer Año**

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Gerente	450	54,68	37,50	28,33	570,51	1	6846,10
Secretaria Contadora	370	44,96	30,83	28,33	474,12	1	5689,46
Vendedor – Atención Clientes	340	41,31	28,33	28,33	437,98	1	5255,72
<b>TOTAL</b>					<b>1482,61</b>		<b>17791,28</b>

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

De la misma manera se calcula los sueldos administrativos a partir de año 2



**CUADRO 47**  
**Sueldos Administrativos Segundo Año**

DESCRIPCIÓN	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE(0,5%) Y SECAP(0,5%)	FONDOS DE RESERVA	DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL	DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL	TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS	NÚMERO DE EMPLEADOS	TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL
Gerente	450	54,68	37,50	37,50	28,33	608,01	1	7296,10
Secretaria Contadora	370	44,96	30,83	30,83	28,33	504,96	1	6059,46
Vendedor – Atención Clientes	340	41,31	28,33	28,33	28,33	466,31	1	5595,72
<b>TOTAL</b>						<b>1579,27</b>		<b>18951,28</b>

FUENTE: Min. Relaciones Laborales

ELABORACIÓN: La autora

### SUMINISTROS DE OFICINA

Son los suministros necesarios para el funcionamiento administrativo, como se muestra a continuación.

**CUADRO 48**  
**Suministros de Oficina**

DESCRIPCIÓN	Unidad de medida	Cantidad	Costos	VALOR ANUAL
Grapas	Caja	3	2,5	7,5
Papel bond	Resma	3	3,8	11,4
Facturas	Libretín	12	18	216
Esferos	Unidad	4	0,3	1,2
Tinta de Impresora	Cartucho	3	15	45
<b>TOTAL</b>				<b>281,1</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

## SERVICIOS BÁSICOS

Se han considerado dentro de este rubro el servicio de energía eléctrica, y servicio telefónico y servicio de agua se consideran servicios básicos.

**CUADRO 49**  
**Servicios Básicos**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	KW/H	144	0,131	18,86	226,368
Teléfono	Minutos	300	0,0413	12,4	148,8
Agua	m3	550	0,02	11	132
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 42,26</b>	<b>\$ 507,17</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

## Útiles de aseo

Son los elementos necesarios para realizar el aseo de las instalaciones de la nueva empresa

**CUADRO 50**  
**Útiles de Aseo**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
Guantes de látex	Caja	10	\$ 6,00	\$ 60,00
Mandil	Unidad	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Malla de pelo	Caja	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Escoba	Unidad	2	\$ 2,70	\$ 5,40
Trapeador	Unidad	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Recogedor	Unidad	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Fundas de basura	Rollo	24	\$ 1,20	\$ 28,80
Vileda	Unidad	24	\$ 0,70	\$ 16,80
Cloro	Galón	12	\$ 4,10	\$ 49,20
Desinfectante	Galón	12	\$ 3,00	\$ 36,00
Detergente	Funda	4	\$ 13,00	\$ 52,00
Papel Higiénico	Rollo	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Toallas de cocina	Rollo	3	\$ 7,00	\$ 21,00
Lava vajillas	Tarrina	24	\$ 4,50	\$ 108,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 451,30</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

## Arriendo

Es el valor correspondiente que cancelará la nueva empresa por el arriendo del local en el aeropuerto Mariscal Sucre el cual se ha estimado que tenga un costo mensual de 180 dólares.

**CUADRO 51**

### Arriendo

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La autora

## Publicidad

Para dar a conocer los productos de la nueva empresa se debe tomar en cuenta la publicidad referida en el estudio de mercado y se realizará en radio y prensa escrita como se detalla a continuación.

**CUADRO 52**

### Publicidad

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas Radiales	Unidad	30	\$ 2,50	\$ 75,00	\$ 900,00
Espacio Escrito	Unidad	30	\$ 2,50	\$ 75,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 150,00</b>	<b>\$ 1.800,00</b>

FUENTE: Radio Canela-Diario La Hora

ELABORACIÓN: La autora

## TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES

A continuación se presenta el total de activos circulantes.

### CUADRO 53

#### Resumen de Activo Circulante

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Materia Prima Directa	\$ 1.732,61
Materia Prima Indirecta	\$ 20,48
Mano de Obra Directa Primer Año	\$ 437,98
Mano de Obra Indirecta Primer Año	\$ 510,27
Sueldos Administrativos Primer Año	\$ 1.482,61
Suministros de Oficina	\$ 23,43
Servicios Básicos	\$ 42,26
Útiles de Aseo	\$ 37,61
Arriendo	\$ 500,00
Publicidad	\$ 150,00
Imprevistos 5%	\$ 246,86
<b>Total de Activos Diferidos</b>	<b>\$ 5.184,10</b>

FUENTE: Cuadro 40 al 52

ELABORACIÓN: La autora

## RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

La inversión requerida para el proyecto se detalla a continuación

**CUADRO 54**  
**Inversión Total**

<b>INVERSIONES</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 4.219,58</b>	41,19%
Maquinaria y Equipo	\$ 1.205,00		
Herramientas	\$ 646,60		
Equipo de Computación	\$ 1.139,00		
Equipo de Oficina	\$ 144,00		
Muebles y Enseres	\$ 880,00		
Imprevistos 5%	\$ 204,98		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$ 840,00</b>	8,20%
Estudios Preliminares	\$ 500,00		
Gastos de constitución	\$ 250,00		
Permisos de funcionamiento y operación	\$ 50,00		
Imprevistos 5%	\$ 40,00		
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>\$ 5.184,10</b>	50,61%
Materia Prima Directa	\$ 1.732,61		
Materia Prima Indirecta	\$ 20,48		
Mano de Obra Directa Primer Año	\$ 437,98		
Mano de Obra Indirecta Primer Año	\$ 510,27		
Sueldos Administrativos Primer Año	\$ 1.482,61		
Suministros de Oficina	\$ 23,43		
Servicios Básicos	\$ 42,26		
Útiles de Aseo	\$ 37,61		
Arriendo	\$ 500,00		
Publicidad	\$ 150,00		
Imprevistos 5%	\$ 246,86		
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>		<b>\$ 10.243,68</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Cuadro 38, 39 y 53

ELABORACIÓN: La autora

## **FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

El proyecto hará uso de fuentes internas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

**a. FUENTES INTERNAS**

El 51% del total de la inversión que son \$ 5.243,68 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

**b. FUENTES EXTERNAS**

Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Fomento, al interese más bajos a través de sus líneas de crédito.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Fomento constituirá el 49% que corresponde a \$ 5.000 dólares a 2 años plazo al 15,20% de interés anual.

**CUADRO 55**

<b>Financiamiento</b>		
<b>FUENTE</b>	<b>%</b>	<b>MONTO</b>
Capital Propio	51	\$ 5.243,68
Crédito	49	\$ 5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>\$ 10.243,68</b>

FUENTE: Cuadro 54

ELABORACIÓN: La autora

**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

A continuación se presenta la tabla de amortización correspondiente al préstamo de 5000 dólares.

**CUADRO 56****Tabla de Amortización de Crédito**

<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS ANUAL 15,20%</b>	<b>DIVIDENDO MENSUAL</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>
0				\$ 5.000,00
1	\$ 208,33	\$ 63,33	\$ 271,67	\$ 4.791,67
2	\$ 208,33	\$ 60,69	\$ 269,03	\$ 4.583,33
3	\$ 208,33	\$ 58,06	\$ 266,39	\$ 4.375,00
4	\$ 208,33	\$ 55,42	\$ 263,75	\$ 4.166,67
5	\$ 208,33	\$ 52,78	\$ 261,11	\$ 3.958,33
6	\$ 208,33	\$ 50,14	\$ 258,47	\$ 3.750,00
7	\$ 208,33	\$ 47,50	\$ 255,83	\$ 3.541,67
8	\$ 208,33	\$ 44,86	\$ 253,19	\$ 3.333,33
9	\$ 208,33	\$ 42,22	\$ 250,56	\$ 3.125,00
10	\$ 208,33	\$ 39,58	\$ 247,92	\$ 2.916,67
11	\$ 208,33	\$ 36,94	\$ 245,28	\$ 2.708,33
12	\$ 208,33	\$ 34,31	\$ 242,64	\$ 2.500,00
13	\$ 208,33	\$ 31,67	\$ 240,00	\$ 2.291,67
14	\$ 208,33	\$ 29,03	\$ 237,36	\$ 2.083,33
15	\$ 208,33	\$ 26,39	\$ 234,72	\$ 1.875,00
16	\$ 208,33	\$ 23,75	\$ 232,08	\$ 1.666,67
17	\$ 208,33	\$ 21,11	\$ 229,44	\$ 1.458,33
18	\$ 208,33	\$ 18,47	\$ 226,81	\$ 1.250,00
19	\$ 208,33	\$ 15,83	\$ 224,17	\$ 1.041,67
20	\$ 208,33	\$ 13,19	\$ 221,53	\$ 833,33
21	\$ 208,33	\$ 10,56	\$ 218,89	\$ 625,00
22	\$ 208,33	\$ 7,92	\$ 216,25	\$ 416,67
23	\$ 208,33	\$ 5,28	\$ 213,61	\$ 208,33
24	\$ 208,33	\$ 2,64	\$ 210,97	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.000,00</b>		<b>\$ 5.791,67</b>	

Fuente: Cuadro 55 Banco Nacional de Fomento

Elaboración: La autora

**Depreciaciones de activos Fijos.-** A continuación se presentan las depreciaciones correspondientes de los activos fijos.

**CUADRO 57**  
**Depreciaciones**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	Reinversión
Maquinaria y Equipo	\$ 1.205,00	\$ 120,50	\$ 1.084,50	10	\$ 108,45	
Herramientas	\$ 646,60	\$ 64,66	\$ 581,94	10	\$ 58,19	
Equipo de Computación	\$ 1.139,00	\$ 113,90	\$ 1.025,10	3	\$ 341,70	\$ 1.281,15
Equipo de Oficina	\$ 144,00	\$ 14,40	\$ 129,60	3	\$ 43,20	\$ 161,97
Muebles y Enseres	\$ 880,00	\$ 88,00	\$ 792,00	5	\$ 158,40	
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 85,00	\$ 8,50	\$ 76,50	5	\$ 15,30	

Fuente: Cuadro 38- proyección de los valores de activos con la tasa de inflación acumulada por 3 años, Ref año 2013 (4,16%)

Elaboración: La autora

**Depreciaciones de Reinversión de activos Fijos.-** A continuación se presentan las depreciaciones correspondientes de los equipos de cómputo y equipo de oficina que es el activo que se debe reinvertir ya que se deprecia totalmente hasta el año 3.

**CUADRO 58**  
**Depreciaciones de Reinversiones**

DENOMINACIÓN	VALOR DE ACTIVOS	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Computación	\$ 1.281,15	\$ 128,11	\$ 1.153,03	3	\$ 384,34
Equipo de Oficina	\$ 161,97	\$ 16,20	\$ 145,77	3	\$ 48,59

Fuente: Cuadro 57

Elaboración: La autora

**Amortizaciones.-** A continuación se presenta la amortización de los activos diferidos y crédito.



**CUADRO 59****AMORTIZACIONES**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALOR DE ACTIVOS</b>	<b>AÑOS DE AMORTIZACIÓN</b>	<b>VALOR DE AMORTIZACIÓN ANUAL</b>
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 840,00	5	\$ 168,00
CRÉDITO	\$ 5.000,00	2	\$ 2.500,00

Fuente: Cuadro 39 y 56

Elaboración: La autora

**PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS****PRESUPUESTO DE COSTOS**

Para llevarlo a efecto se procede a sumar todas las salidas o desembolsos realizados durante un año. Se ha calculado los presupuestos para cinco años. De esta manera se determinará la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo. Cada presupuesto fue proyectado para los cinco años de vida útil de este proyecto, tomando la tasa de inflación acumulada del año 2013, la cual es de 4,16% de referencia del Banco central del Ecuador como se hace referencia en el siguiente cuadro.

**CUADRO 60**  
**Presupuesto de Costos y Gastos**

<b>COSTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>\$ 31.548,50</b>	<b>\$ 33.103,64</b>	<b>\$ 34.480,75</b>	<b>\$ 35.915,15</b>	<b>\$ 37.409,22</b>
Materia Prima Directa	\$ 20.791,30	\$ 21.656,21	\$ 22.557,11	\$ 23.495,49	\$ 24.472,90
Materia Prima Indirecta	\$ 245,76	\$ 255,98	\$ 266,63	\$ 277,72	\$ 289,28
Mano de Obra Directa Primer Año	\$ 10.511,44	\$ 11.191,44	\$ 11.657,00	\$ 12.141,94	\$ 12.647,04
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 31.154,05</b>	<b>\$ 33.015,21</b>	<b>\$ 34.388,65</b>	<b>\$ 35.819,21</b>	<b>\$ 37.309,29</b>
Mano de Obra Indirecta Primer Año	\$ 6.123,20	\$ 6.523,20	\$ 6.794,57	\$ 7.077,22	\$ 7.371,63
Sueldos Administrativos Primer Año	\$ 17.791,28	\$ 18.951,28	\$ 19.739,65	\$ 20.560,82	\$ 21.416,15
Suministros de Oficina	\$ 281,10	\$ 292,79	\$ 304,97	\$ 317,66	\$ 330,88
Servicios Básicos	\$ 507,17	\$ 528,27	\$ 550,24	\$ 573,13	\$ 596,97
Útiles de Aseo	\$ 451,30	\$ 470,07	\$ 489,63	\$ 510,00	\$ 531,21
Arriendo	\$ 6.000,00	\$ 6.249,60	\$ 6.509,58	\$ 6.780,38	\$ 7.062,45
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 1.800,00</b>	<b>\$ 1.874,88</b>	<b>\$ 1.952,88</b>	<b>\$ 2.034,11</b>	<b>\$ 2.118,73</b>
Publicidad	\$ 1.800,00	\$ 1.874,88	\$ 1.952,88	\$ 2.034,11	\$ 2.118,73
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>\$ 725,24</b>	<b>\$ 725,24</b>	<b>\$ 725,24</b>	<b>\$ 773,28</b>	<b>\$ 773,28</b>
Maquinaria y Equipo	\$ 108,45	\$ 108,45	\$ 108,45	\$ 108,45	\$ 108,45
Herramientas	\$ 58,19	\$ 58,19	\$ 58,19	\$ 58,19	\$ 58,19
Equipo de Computación	\$ 341,70	\$ 341,70	\$ 341,70	\$ 384,34	\$ 384,34
Equipo de Oficina	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 43,20	\$ 48,59	\$ 48,59
Muebles y Enseres	\$ 158,40	\$ 158,40	\$ 158,40	\$ 158,40	\$ 158,40
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 15,30	\$ 15,30	\$ 15,30	\$ 15,30	\$ 15,30
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 746,13</b>	<b>\$ 371,13</b>	<b>\$ 168,00</b>	<b>\$ 168,00</b>	<b>\$ 168,00</b>
Amortización de Activo Diferido	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00
Interese de Préstamo	\$ 578,13	\$ 203,13	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 2.500,00</b>	<b>\$ 2.500,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
Amortización del crédito	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00			
<b>TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 68.473,91</b>	<b>\$ 71.590,10</b>	<b>\$ 71.715,51</b>	<b>\$ 74.709,76</b>	<b>\$ 77.778,53</b>

Fuente: Cuadro 55 al 60 tasa de inflación año 2013 4,16%

Elaboración: La autora

## INGRESOS TOTALES

Los ingresos constituyen el beneficio de la venta de los productos o servicios que genera el proyecto.

En los ingresos que se han establecido en la vida útil de la empresa, tal como se indica en el cuadro siguiente, con un margen de utilidad del 15%, con lo cual se pudo establecer que cada hamburguesa tendrá un costo de 3,20 dólares, lo cual está acorde a la competencia local.

### CUADRO 61

#### Ingresos Totales

AÑO	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD 15%	PRECIO DE VENTA	INGRESOS TOTALES
1	\$ 68.473,91	24576	\$ 2,79	\$ 0,42	\$ 3,20	\$ 78.745,00
2	\$ 71.590,10	26112	\$ 2,74	\$ 0,41	\$ 3,15	\$ 82.328,62
3	\$ 71.715,51	27648	\$ 2,59	\$ 0,39	\$ 2,98	\$ 82.472,84
4	\$ 74.709,76	29184	\$ 2,56	\$ 0,38	\$ 2,94	\$ 85.916,22
5	\$ 77.778,53	30413	\$ 2,56	\$ 0,38	\$ 2,94	\$ 89.445,30

Fuente: Cuadro 31 y 60

Elaboración: La autora

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Se han establecido los ingresos y egresos generados por el proyecto en un período de cinco años, mostrando las utilidades líquidas que se repartirá a los socios del proyecto.

**CUADRO 62****Estado de Pérdidas y Ganancias**

<b>PERIODOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESO POR VENTAS	\$ 78.745,00	\$ 82.328,62	\$ 82.472,84	\$ 85.916,22	\$ 89.445,30
(-) COSTO TOTAL	\$ 68.473,91	\$ 71.590,10	\$ 71.715,51	\$ 74.709,76	\$ 77.778,53
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 10.271,09	\$ 10.738,52	\$ 10.757,33	\$ 11.206,46	\$ 11.666,78
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	\$ 1.540,66	\$ 1.610,78	\$ 1.613,60	\$ 1.680,97	\$ 1.750,02
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 8.730,42	\$ 9.127,74	\$ 9.143,73	\$ 9.525,49	\$ 9.916,76
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 2.182,61	\$ 2.281,93	\$ 2.285,93	\$ 2.381,37	\$ 2.479,19
(=) UTILIDAD NETA DE EJERCICIO	\$ 6.547,82	\$ 6.845,80	\$ 6.857,80	\$ 7.144,12	\$ 7.437,57
(-) 10% RESERVA LEGAL	\$ 654,78	\$ 684,58	\$ 685,78	\$ 714,41	\$ 743,76
(=) UTILIDAD LÍQUIDA PARA SOCIOS	\$ 5.893,04	\$ 6.161,22	\$ 6.172,02	\$ 6.429,71	\$ 6.693,81

Fuente: Cuadro 61 y 62

Elaboración: La autora

**PUNTO DE EQUILIBRIO**

Es una herramienta clave para determinar la solvencia de la empresa y su nivel de rentabilidad. Para ello se han clasificado los costos fijos y variables, que se encuentran detallados en el cuadro siguiente.

**CUADRO 63**  
**Costos Fijos y Variables**

COSTOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO PRIMO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 31.548,50</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 37.409,22</b>
Materia Prima Directa		\$ 20.791,30		\$ 24.472,90
Materia Prima Indirecta		\$ 245,76		\$ 289,28
Mano de Obra Directa Primer Año		\$ 10.511,44		\$ 12.647,04
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 31.154,05</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 37.309,29</b>	<b>\$ 0,00</b>
Mano de Obra Indirecta Primer Año	\$ 6.123,20		\$ 7.371,63	
Sueldos Administrativos Primer Año	\$ 17.791,28		\$ 21.416,15	
Suministros de Oficina	\$ 281,10		\$ 330,88	
Servicios Básicos	\$ 507,17		\$ 596,97	
Útiles de Aseo	\$ 451,30		\$ 531,21	
Arriendo	\$ 6.000,00		\$ 7.062,45	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 1.800,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 2.118,73</b>	<b>\$ 0,00</b>
Publicidad	\$ 1.800,00		\$ 2.118,73	
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>\$ 725,24</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 773,28</b>	<b>\$ 0,00</b>
Maquinaria y Equipo	\$ 108,45		\$ 108,45	
Herramientas	\$ 58,19		\$ 58,19	
Equipo de Computación	\$ 341,70		\$ 384,34	
Equipo de Oficina	\$ 43,20		\$ 48,59	
Muebles y Enseres	\$ 158,40		\$ 158,40	
Equipo de Seguridad Industrial	\$ 15,30		\$ 15,30	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 746,13</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 168,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
Amortización de Activo Diferido	\$ 168,00		\$ 168,00	
Interese de Préstamo	\$ 578,13		\$ 0,00	
<b>OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 2.500,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
Amortización del crédito	\$ 2.500,00		\$ 0,00	
<b>TOTAL DE COSTO</b>	<b>\$ 36.925,42</b>	<b>\$ 31.548,50</b>	<b>\$ 40.369,31</b>	<b>\$ 37.409,22</b>

Fuente: Cuadro 73

Elaboración: La autora

El punto de equilibrio se ha calculado para el año 1 y 5

**AÑO 1**  
**MATEMÁTICAMENTE**  
**EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 36.925,42}{\$ 78.745,00 - \$ 31.548,50} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 36.925,42}{\$ 47.196,50} \times 100$$

$$PE = \boxed{78,24 \%}$$

**EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

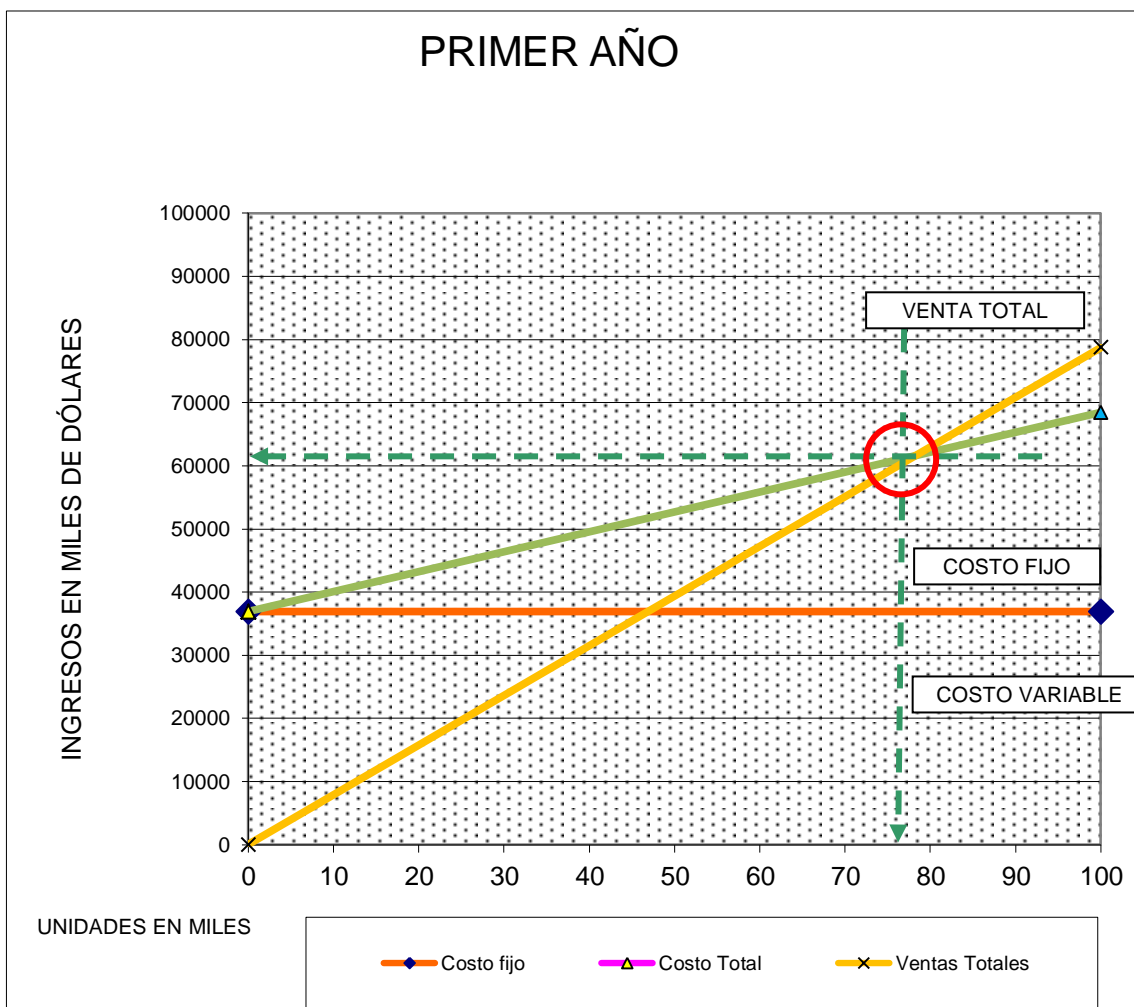
$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{\$ 36.925,42}{1 - \frac{\$ 31.548,50}{\$ 78.745,00}}$$

$$PE = \frac{\$ 36.925,42}{1 - 0,4006413}$$

$$PE = \boxed{\$ 61.608,21}$$

**GRAFICA 30**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y**  
**LA CAPACIDAD INSTALADA AÑO 1**



Se ha determinado que el punto de equilibrio en función de los ingresos en 61.608,21 dólares y cuando se trabaje con una capacidad instalada del 78,24%.

**AÑO 5**  
**MATEMÁTICAMENTE**  
**EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 40.369,31}{\$ 89.445,30 - \$ 37.409,22} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 40.369,31}{\$ 52.036,09} \times 100$$

$$PE = \boxed{77,58 \%}$$

**EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

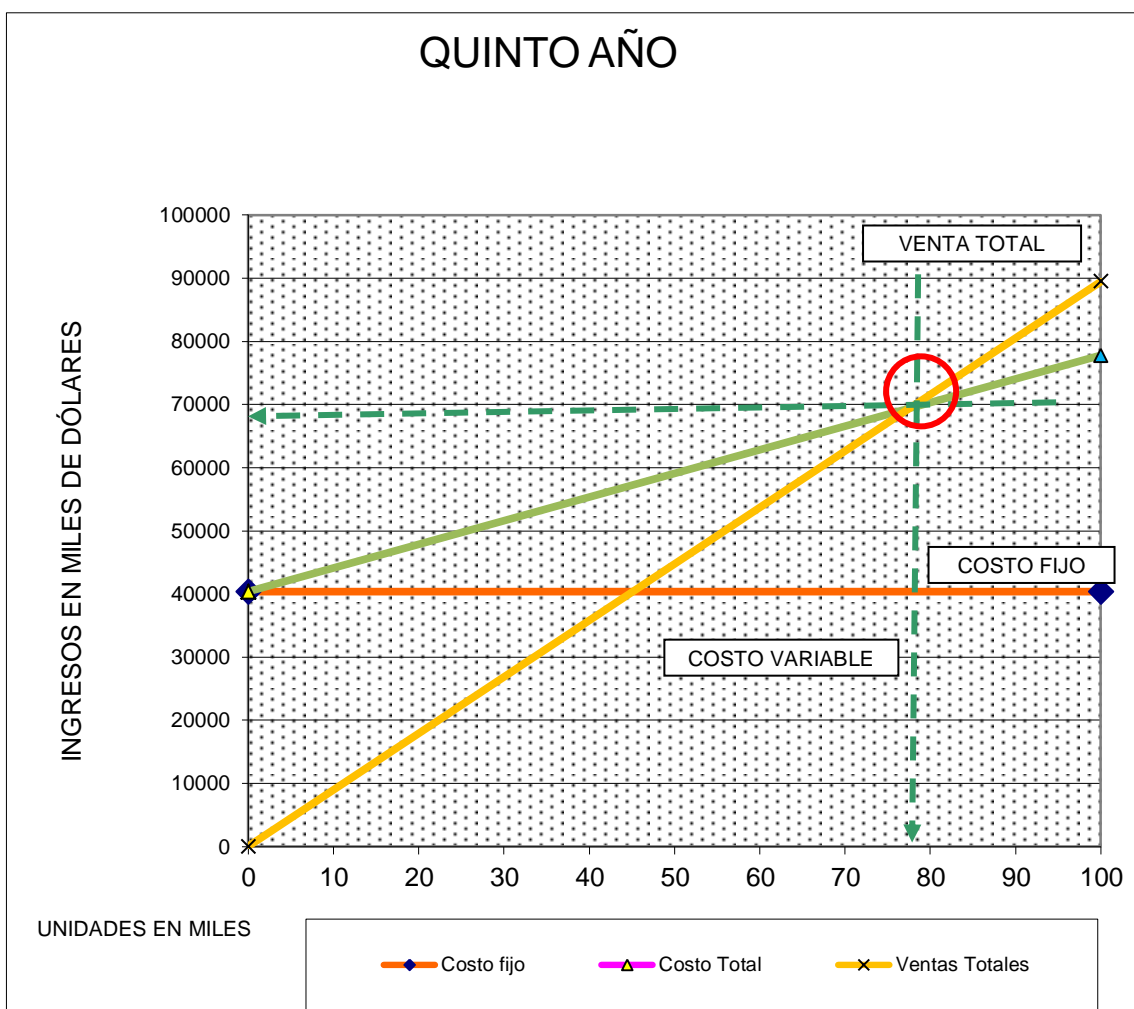
$$PE = \frac{\$ 40.369,31}{1 - \frac{\$ 37.409,22}{\$ 89.445,30}}$$

$$PE = \frac{\$ 40.369,31}{1 - 0,4182357}$$

$$PE = \boxed{\$ 69.391,17}$$



**GRAFICA 31**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y**  
**LA CAPACIDAD INSTALADA AÑO 5**



Para el quinto año se ha determinado que el punto de equilibrio en función de los ingresos y de la capacidad instalada, analizando el gráfico se puede establecer que la empresa debe trabajar con un 77,58% de la capacidad instalada, y con 69.391,17 dólares de ingresos

## FLUJO DE CAJA

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado. A continuación se presenta el flujo de caja del proyecto

**CUADRO 64**  
**Flujo de Caja**

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESO POR VENTAS</b>		\$ 78.745,00	\$ 82.328,62	\$ 82.472,84	\$ 85.916,22	\$ 89.445,30
Capital	\$ 10.243,68					
(+) Valor Residual				\$ 128,30		\$ 96,50
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	\$ 10.243,68	\$ 78.745,00	\$ 82.328,62	\$ 82.601,14	\$ 85.916,22	\$ 89.541,80
<b>EGRESOS</b>						
Activos Fijos	\$ 4.219,58					
Activos Diferidos	\$ 840,00					
Activos Circulantes	\$ 5.184,10					
Reinversión					\$ 1.443,12	
<b>(-) COSTO TOTAL</b>		<b>\$ 68.473,91</b>	<b>\$ 71.590,10</b>	<b>\$ 71.715,51</b>	<b>\$ 74.709,76</b>	<b>\$ 77.778,53</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	\$ 10.243,68	\$ 68.473,91	\$ 71.590,10	\$ 71.715,51	\$ 76.152,88	\$ 77.778,53
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 0	\$ 10.271,09	\$ 10.738,52	\$ 10.885,63	\$ 11.206,46	\$ 11.763,28
(-) 15% Utilidad a los Trabajadores		\$ 1.540,66	\$ 1.610,78	\$ 1.632,84	\$ 1.680,97	\$ 1.764,49
(=) Utilidad Antes de Impuestos		\$ 8.730,42	\$ 9.127,74	\$ 9.252,78	\$ 9.525,49	\$ 9.998,79
(-) 25% De Impuesto a la Renta		\$ 2.182,61	\$ 2.281,93	\$ 2.313,20	\$ 2.381,37	\$ 2.499,70
(=) Utilidad Líquida del Ejercicio		\$ 6.547,82	\$ 6.845,80	\$ 6.939,59	\$ 7.144,12	\$ 7.499,09
(+) Depreciaciones		\$ 725,24	\$ 725,24	\$ 725,24	\$ 773,28	\$ 773,28
(+) Amortizaciones		\$ 2.668,00	\$ 2.668,00	\$ 168,00	\$ 168,00	\$ 168,00
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 9.941,06</b>	<b>\$ 10.239,05</b>	<b>\$ 7.832,83</b>	<b>\$ 8.085,40</b>	<b>\$ 8.440,37</b>

Fuente: Cuadro 55, 57 a 59,62 y 63

Elaboración: La autora

## VALOR ACTUAL NETO

En un proyecto empresarial es muy importante analizar la posible rentabilidad del proyecto y sobre todo si es viable o no. Cuando se forma una empresa hay que invertir un capital y se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años. Esta rentabilidad debe ser mayor al menos que una inversión con poco riesgo. La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente. Donde I es la inversión,  $Q_n$  es el flujo de caja del año n, r la tasa de interés con la que estamos comparando y N el número de años de la inversión:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

**CUADRO 65  
VALOR ACTUAL NETO**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15,20%	VALOR ACTUALIZADO
0	10.243,68		
1	9.941,06	0,868055556	8.629,39
2	10.239,05	0,753520448	7.715,33
3	7.832,83	0,654097611	5.123,44
4	8.085,40	0,567793065	4.590,83
5	8.440,37	0,492875924	4.160,06
<b>Sumatoria valor actualizado</b>			<b>30.219,05</b>
Inversión			10.243,68
Reinversión 4to año			1.443,12
<b>VAN AL 15%</b>			<b>18.532,26</b>

Fuente: Cuadro 64

Elaboración: La autora

Al tener un VAN con un valor positivo significa que la inversión La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida

## TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno, que sería el tipo de interés en el que el VAN se hace cero. Si el TIR es alto, el proyecto es rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos. Sin embargo, si el TIR es bajo, posiblemente podríamos encontrar otro destino para nuestro dinero. El proyecto es muy rentable puesto que la TIR tiene un valor positivo de 76,37%, lo cual significa que se puede invertir en el proyecto ya que se tendrá una rentabilidad bastante alta

**CUADRO 66**  
**TASA INTERNA DE RETORNO**

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		76,00%		77,00%	
0	10.243,68				
1	9.941,06	0,568181818	5.648,33	0,564971751	5.616,42
2	10.239,05	0,322830579	3.305,48	0,31919308	3.268,23
3	7.832,83	0,183426465	1.436,75	0,180335073	1.412,53
4	8.085,40	0,104219582	842,66	0,101884222	823,77
5	8.440,37	0,059215672	499,80	0,057561707	485,84
		<b>Valor actualizado</b>	<b>11.733,02</b>	<b>Valor actualizado</b>	<b>11.606,80</b>
		Inversión	10.243,68	Inversión	10.243,68
		Reinversión	1.443,12	Reinversión 4to año	1.443,12
		<b>VAN MENOR</b>	<b>46,22</b>	<b>VAN MAYOR</b>	<b>-79,99</b>

Fuente: Cuadro 65

Elaboración: El autor

$$TIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 0,76 + 1 \left( \frac{46,22}{126,21} \right)$$

$$TIR = 76,37\%$$

## RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. El proyecto obtendrá 0,15 centavos por cada dólar invertido, por lo cual es recomendable realizar la inversión.

**CUADRO 67**  
**RELACIÓN BENEFICIO-COSTO**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZACIÓN 15,20%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO	FACT. ACTUALIZACIÓN 15, 20%	INGRESO ACTUALIZADO
1	68.473,91	0,868055556	59.439,16	78.745,00	0,868055556	68.355,03
2	71.590,10	0,753520448	53.944,60	82.328,62	0,753520448	62.036,30
3	71.715,51	0,654097611	46.908,95	82.472,84	0,654097611	53.945,29
4	74.709,76	0,567793065	42.419,68	85.916,22	0,567793065	48.782,63
5	77.778,53	0,492875924	38.335,16	89.445,30	0,492875924	44.085,44
<b>TOTAL COSTO ACTUALIZADO</b>			<b>241.047,56</b>	<b>INGRESO ACTUALIZADO</b>		<b>277.204,69</b>

Fuente: Cuadro 61

Elaboración: El autor

$$R B/C = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}}$$

$$R B/C = \frac{277.204,69}{241.047,56} = 1,15$$

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, nos revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial en años, meses y días, para calcularlo se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

- a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b = Inversión Inicial
- c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

**CUADRO 68**  
**PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Periodo	Inversión	Flujo neto de caja	Flujo acumulado
0	\$ 10.243,68		
1		9.941,06	9.941,06
2		10.239,05	20.180,11
3		7.832,83	28.012,94
4	1.443,12	8.085,40	36.098,34
5		8.440,37	44.538,71

Fuente: Cuadro 65

Elaboración: La Autora

$$\begin{aligned}
 PRI &= 1 + \frac{11.686,80 - 9.941,06}{10.239,05} \\
 PRI &= 1,1705 \\
 PRI &= \\
 PRI &= 0,1705 \times 12 = 2,0460 = 2 \text{ MESES} \\
 PRI &= 0,0460 \times 30 = 1,379 = 4 \text{ DÍAS}
 \end{aligned}$$

La inversión se recuperará en 1 año, 2 meses 4 días.

## **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

El Análisis de sensibilidad muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos.

El análisis de la sensibilidad es una técnica que, aplicada a la valoración de inversiones, permite el estudio de la posible variación de los elementos que determinan una inversión de forma que, en función de alguno de los criterios de valoración, se cumpla que la inversión es efectuable o es preferible a otra. Por ejemplo, se puede analizar cuál es la cuantía mínima de uno de los flujos de caja para que la inversión sea efectuable según el Valor Actualizado Neto (VAN), o cuál es valor máximo que puede tener el desembolso inicial para que una inversión sea preferible a otra según la Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad (TIR). El análisis de sensibilidad se considera como una primera aproximación al estudio de inversiones con riesgo, ya que permite identificar aquellos elementos que son más sensibles ante una variación.

**CUADRO 69**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 6,46% DE LOS COSTOS**

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 6,46%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	43,00%	VAN MAYOR	44,00%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-10.243,68		-10.243,68
Reinversión						-1.443,12		-1.443,12
1	68.473,91	72.898,70	78.745,00	5.846,30	0,699300699	4088,32	0,694444444	4059,93242
2	71.590,10	76.216,25	82.328,62	6.112,36	0,489021468	2989,08	0,482253086	2947,70582
3	71.715,51	76.349,77	82.472,84	6.123,07	0,341973055	2093,93	0,334897977	2050,60397
4	74.709,76	79.537,50	85.916,22	6.378,72	0,239141996	1525,42	0,232568039	1483,48618
5	77.778,53	82.804,57	89.445,30	6.640,73	0,167232165	1110,54	0,161505583	1072,51505
						<b>120,49</b>		<b>-72,55</b>

Fuente: Cuadros 62 y 66

Elaboración: El autor

$$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 63,70 + 1 \left( \frac{120,49}{-193,05} \right) = 43,38\%$$

$$\text{Diferencias TIR} = \frac{Tir \text{ Proyecto} - Nueva Tir}{Tir \text{ Proyecto}} = \frac{76,37\% - 43,38\%}{76,37\%} = 32,99\%$$

$$\text{Porcentaje variación} = \frac{\text{Diferencia. Tir}}{Tir \text{ del proyecto}} = \frac{32,99\%}{76,37\%} = 0,43$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{Porcentaje de variación}}{Nueva Tir} = \frac{0,43}{0,4338} = 0,99595$$

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE LOS COSTOS

En primer lugar se ha determinado que el proyecto puede soportar hasta un 6,46% de aumento de los costos originales



**CUADRO 70**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN DEL 5,50% DE LOS INGRESOS**

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO EN UN 5,50%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	43,0%	VAN MAYOR	45,0%	VAN MENOR
					FACT. ACTUALIZ.		FACT. ACTUALIZ.	
Inversión						-10.243,68		-10.243,68
Reinversión						-1.443,12		-1.443,12
1	68.473,91	78.745,00	74.414,02	5.940,11	0,699300699	4153,92	0,689655172	4096,629
2	71.590,10	82.328,62	77.800,54	6.210,44	0,489021468	3037,04	0,475624257	2953,836
3	71.715,51	82.472,84	77.936,84	6.221,32	0,341973055	2127,52	0,328016729	2040,697
4	74.709,76	85.916,22	81.190,83	6.481,07	0,239141996	1549,90	0,226218434	1466,138
5	77.778,53	89.445,30	84.525,81	6.747,29	0,167232165	1128,36	0,156012713	1052,663
						<b>309,95</b>		<b>-76,83</b>

Fuente: Cuadros 62 y 66

Elaboración: El autor

$$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 64 + 1 \left( \frac{-76,83}{-386,78} \right) = 43,40\%$$

$$\text{Diferencias TIR} = \frac{Tir \text{ Proyecto} - Nueva TIR}{Tir \text{ Proyecto}} = \frac{76,37\% - 43,397\%}{76,37\%} = 32,97\%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = \frac{Diferencia. TIR / TIR \text{ del proyecto}}{Diferencia. TIR / TIR \text{ del proyecto}} = \frac{0,33}{76,37\%} = 43,17\%$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{Porcentaje \text{ de variación}}{Nueva TIR} = \frac{43,17\%}{43,397\%} = 0,99481$$

### ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS

Para el proyecto se ha determinado que puede soportar hasta un 5,50 % de disminución de los ingresos originales.

## **h) CONCLUSIONES**

Una vez terminado el trabajo se pudieron llegar a las siguientes conclusiones

- El proyecto de tesis es factible de realización ya que así se demuestra en todos los estudios realizados y que constan en el presente trabajo.
- El proyecto tiene acogida ya que así lo demuestra el estudio de mercado, donde se verificó que existe demanda insatisfecha, la cual se calculó en 49216498 hamburguesas.
- En el estudio técnico se pudo determinar que la empresa trabajando al 100% de su capacidad podría elaborar 30720 hamburguesas, sin embargo por cuestiones de introducción al mercado se trabajará con el 80% para el primer año, llegando a elaborar 24576 hamburguesas para el primer año de vida útil del proyecto.
- Según el estudio organizacional, la nueva empresa se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada.
- La inversión total de para la implementación de la nueva empresa es de \$ 10,243.68 la misma que contará con el 51 % con capital propio y el 49% capital ajeno con crédito directo al Banco Nacional de Fomento.
- El costo de cada hamburguesa será de \$ 3.20, para el primer año de vida útil del proyecto.

- El punto de equilibrio para el primer año de vida útil del proyecto será de 78.24% en función de la capacidad instalada, y en función de las ventas será de \$ 61,608.21.
- Los análisis financieros demuestran que el proyecto es factible como el caso del van que tuvo un valor de 18,532.26 dólares, la TIR del proyecto es de 76.37%
- El Análisis de sensibilidad indican que el proyecto llega al punto de sensibilidad cuando se incrementan los costos en un 6,46 % y disminuir los ingresos en un 5,50%.

## **i) RECOMENDACIONES**

Además se pueden llegar a las siguientes recomendaciones

- Se recomienda a los inversionistas la implementación del proyecto en ya que se ha demostrado en todos los estudios correspondientes su factibilidad.
- Al ser un producto de gran acogida se recomienda tomar cuenta éste estudio, el mismo que está orientado a cubrir una de las grandes necesidades del ser humano como es la alimentación.
- Utilizar el canal de comercialización de establecido en el estudio de mercado, ya que es el más adecuado para este tipo de productos.
- Se recomienda hacer uso intensivo de los medios de publicidad con el fin de que se dé a conocer el producto y por lo tanto se asegure la permanencia el mercado, y así asegure la rentabilidad que esperan los inversionistas.
- A los inversionistas cubrir lo antes posible el monto de crédito establecido en el estudio financiero a fin de lograr recuperar la inversión y obtener mayores ganancias
- Que los investigadores sobre el tema profundicen los distintos estudios presentados en este trabajo a fin de dar mayor validez a proyectos similares.

## j) BIBLIOGRAFÍA

- BACA Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos".
- BALBOA William, BENÍTEZ Edison, MANUAL PRACTICO PARA DESARROLLAR PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TESIS, Tercera edición, impreso en el año 2000.
- EVANS James R. ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.
- *Gerencia* ›...› Jean-Paúl Sallenave.
- Manuel Enrique PASACA MORA, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN pág. 17, 19, 25, 26,31-35,38-41,45-48,50-104.
- BUSTAMANTE Yelena, ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. COLECCIÓN L.N.S. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. Editorial Edibosco Cuenca-Ecuador.1992
- Manuel Enrique PASACA MORA, MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE GRADUACIÓN A NIVEL SUPERIOR impreso en Editorial Offsetimagen, impreso en Ecuador.
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Presupuestos\\_de\\_Inversiones](http://es.wikipedia.org/wiki/Presupuestos_de_Inversiones).

- <http://www.mecon.gov.ar/hacienda/cgn/ifac/nicsp02a.htm>
- <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010045/Lecciones/Cap%209/9-1-4.htm>.
- Revista Tecnológica ESPOL, Junio, 2010.
- SENLE, Andrés. EDICIÓN DE CALIDAD Y LIDERAZGO.
- SENLE, Andrés. EDICIÓN DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS.
- Vladimir RODRÍGUEZ CAIRO, Raúl BAO GARCÍA y Luis CÁRDENAS LUCERO, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Edic. Limusa. 2010

## **k) ANEXOS**

### **ANEXO 1**

#### **FICHA RESUMEN DEL PROYECTO**

##### **a. TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA RÁPIDA EN EL NUEVO AEROPUERTO INTERNACIONAL MARISCAL SUCRE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL SECTOR DE TABABELA”**

##### **b. PROBLEMÁTICA**

En la primera década del siglo XXI, el aparecimiento o creación de nuevas organizaciones productivas ha sido muy reducido, los cambios han unificado a sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. La riqueza y la prosperidad ya no están ligadas a la posesión de recursos físicos y tecnología, sino se sustenta en la inteligencia y sobre todo las ideas.

Ante esta evidente realidad el desarrollo económico actual, genera un entorno de competitividad creciente, una amplia gama de oportunidades que se derivan tanto de la progresiva apertura de los mercados como de la continua incorporación a los mismos de nuevos usuarios y consumidores.

En algunos aeropuertos el principal inconveniente que se presenta son los retrasos de vuelos o cancelaciones de los mismos y por sus retrasos a la hora de embarcarse pierden su vuelo entonces se ven obligados a esperar un tiempo considerable hasta retomar sus itinerarios de vuelo, los usuarios al tener este tiempo disponible, optan por otras actividades como alimentarse, o hacer compras, etc.

Considerando la realidad empresarial de la Provincia de Pichincha este proyecto de factibilidad que en la actualidad proponemos, asegura que es una excelente oportunidad para generar nuevas opciones de negocios, empleos y por supuesto rentabilidad.

En el caso del nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito en el sector de Tababela, la proporción de retrasos en los vuelos es considerable pero varía en función de las épocas del año. El tiempo de espera aumenta en las fechas de las vacaciones más importantes (verano y navidades). Tráfico aéreo saturado, facturación, control de seguridad y aduana son aspectos que influyen en la puntualidad de los vuelos. Todas estas razones hacen que los aeropuertos más importantes en cuanto al tráfico, sean también los que sufren los retrasos más considerables. Otra causa es la verificación de los aparatos, este aspecto que provoca el 26% de los retrasos, engloba todas las intervenciones mecánicas que se realizan en el avión durante la escala. La gestión aeroportuaria es otra causa para el



retraso de los vuelos, estos retrasos a menudo ocurren en época de temporada alta. La meteorología es otra causa pero controlada.

Tomando en cuenta todas estas causas los vuelos en el Aeropuerto Mariscal Sucre también se retrasan lo que hace que sus usuarios les toque pernoctar, mientras esperan las salidas de los mismos, los pasajeros tienen tiempo disponible, encontrándose con la necesidad de aprovechar esta oportunidad de una manera práctica en su mayoría, descansando, paseando, comiendo o comprando. Encontrándose con el gran inconveniente de la distancia del terminal aéreo hacia los centros turísticos y comerciales de la ciudad, resulta difícil trasladarse a conseguir comida rápida, por esta razón deben buscar dentro del mismo aeropuerto: alimentación, la misma que debe ser comida rápida, saludable y con precios accesibles.

Por todas estas razones vemos que es necesario instalar un local de comida rápida, ya que muchos de ellos se inclinan en comprar alimentación pero actualmente el mercado es muy reducido y con precios muy altos.

Aunque existe competencia en locales establecidos, notamos sus precios excesivos. Esta es una razón más, para implementar este proyecto a fin de brindar una atención eficiente, con variedad y a precios competitivos, con lo que se pretende generar empleos directos e indirectos para colaborar con el desarrollo de la economía local y provincial, ya que hay una demanda continua, por lo que es conveniente realizar un estudio para la

**INSTALACIÓN DE UN LOCAL DE COMIDA RÁPIDA EN EL NUEVO AEROPUERTO INTERNACIONAL MARISCAL SUCRE DE LA CIUDAD DE QUITO, EN EL SECTOR DE TABABELA.**

**d. OBJETIVOS**

**General**

Realizar un proyecto de factibilidad para la implementación de un local de comida rápida, en el nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito en el Sector de Tababela.

**Específicos**

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y la demanda del producto.
- Elaborar el estudio técnico para la instalación de un local de comida rápida en el nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, en el sector de Tababela, el mismo que permitirá determinar el tamaño del proyecto en cuanto a la capacidad instalada y utilizada y además su localización.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa con enfoque estratégico.
- Determinar la inversión, costos y gastos que la instalación del local generará.
- Evaluar financieramente el proyecto que se va a realizar.

- Establecer la factibilidad y rentabilidad del proyecto a través de indicadores económicos.

#### **f. METODOLOGÍA**

Para poder realizar este trabajo investigativo, se utilizarán los siguientes métodos y técnicas:

**Método Inductivo.-** Es el proceso que va de lo particular a lo general. El método inductivo dará una pauta para determinar las conclusiones generales del proyecto, en base a datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicará en el proyecto.

**Método Deductivo.-** Es un proceso que parte de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares. En base a éste estudio se determina el tamaño de la muestra, con datos generales y reales de la población a nivel local la demanda real del producto y la demanda potencial.

#### **Técnicas**

**Observación Directa.-** Este procedimiento lo utilizaremos en todos los tiempos y lugares como una forma de adquirir conocimientos la observación es una técnica dedicada a ver y oír hechos fenómenos que se desean estudiar, con la observación directa se establecerá la localización de la empresa.

**Encuesta.-** La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se la realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Cuando la encuesta es verbal se suele hacer uso del método de la *entrevista*; y cuando la encuesta es escrita se suele hacer uso del instrumento del *cuestionario*, el cual consiste en un documento con un listado de preguntas, las cuales se les hacen a las personas a encuestar. La encuesta será una herramienta fundamental para efectuar el estudio de mercado y obtener datos sobre la oferta, demanda lo que ayudará a determinar la demanda efectiva. Esta técnica se la aplicara a los usuarios del aeropuerto. Para ello se ha determinado como mercado objetivo del proyecto de acuerdo al estudio demográfico realizado por la Corporación QUIPORT. Las encuestas se les realizan a grupos de personas con características similares de las cuales se desea obtener información, por ejemplo, se realizan encuestas al público objetivo, a los clientes de la empresa, al personal de la empresa, etc.; dicho grupo de personas se les conoce como población o universo. Y para no tener que encuestar a todos los integrantes de la población o universo, se suele hacer uso de la técnica del muestreo, que consiste en determinar, a través de una fórmula, un número de personas representativo de la población o universo a estudiar; dicho número representativo de personas se le conoce como muestra.

Total de pasajeros que se muestra en el 2013, Entre marzo y diciembre (meses de operación del nuevo Aeropuerto de Quito) se estimó en 817,844 las salidas de pasajeros internacionales y 1, 504,456 para pasajeros domésticos.

Con la suma de pasajeros nacionales y domésticos tenemos 2322300 esta es la población.

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño total de la población

E = Error máximo permisible para la estimación del parámetro (5%).

$$n = \frac{2.322.300}{1 + (0,05)^2 \cdot 2322300}$$

$$n = \frac{2322300}{1 + 5805.75}$$

$$n = \frac{2322300}{5806.75}$$

n = 399.93

n = 400

Se aplicaran 400 encuestas para determinar la demanda.

Para determinar la oferta se ha tomado los datos de las los locales de comida rápida que se encuentran en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito, VOLADA TO GO, HAGEN DAZS, JOHNNY ROCKETS, GUACAMOLE GRILL, SUB WAY.

## **ANEXO 2**

### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEMANDANTES**

- 1. ¿Ud. es usuario frecuente u ocasional del Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito?**
- 2. ¿Cuándo usted realiza sus viajes consume comida rápida o tradicional?**
- 3. ¿De la siguiente comida rápida cual es la que usted más consume?**
- 4. ¿Cuántas hamburguesas consume Ud. Mensualmente?**
- 5. ¿Qué precio paga Ud. por las hamburguesas que consume?**
- 6. ¿El precio de las hamburguesas que Ud. consume, le parece?**
- 7. ¿El servicio al cliente del local de comida rápida donde Ud. adquiere las hamburguesas le parece?**
- 8. ¿La calidad de las hamburguesas que Ud. consume a su criterio son?**
- 9. ¿En caso de implementarse en el Aeropuerto Mariscal Sucre de la Ciudad de Quito una nueva Empresa de comida rápida que se dedique elaborar y comercializar Hamburguesas a precios cómodos, excelente calidad y atención personalizada Ud. Adquiriría estos productos?**
- 10. ¿Qué medio publicitario usted considera mejores para conocer los productos de la nueva empresa de comida rápida?**

11. **¿En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?**
12. **¿Qué características son importantes para usted al momento de adquirir hamburguesas?**
13. **¿Qué promociones desearía que ofrezca la nueva empresa de comida rápida?**



**ANEXO 3****ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERENTES**

- 1. ¿Qué tipo de comida vende en su negocio?**
- 2. ¿En su negocio de comida rápida vende hamburguesas?**
- 3. ¿Cuál es el precio el que usted vende las hamburguesas?**
- 4. ¿Cree Ud. que sus clientes prefieren las hamburguesas por?**
- 5. ¿Qué cantidad de hamburguesas vende mensual?**
- 6. ¿Utiliza medios de publicidad para dar a conocer sus productos?**
- 7. ¿Qué medios de publicidad son de su preferencia?**
- 8. ¿Qué tipo de promociones realiza usted en su negocio?**

# ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
a. TÍTULO .....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	4
c. INTRODUCCIÓN .....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	37
f. RESULTADOS .....	41
g. DISCUSIÓN .....	62
h. CONCLUSIONES .....	148
i. RECOMENDACIONES .....	150
j. BIBLIOGRAFÍA .....	151
k. ANEXOS .....	153
ÍNDICE .....	164