



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

**Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida
rápida en la ciudad de Saraguro.**

**Trabajo de Integración Curricular, previo a
la obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas**

AUTORA:

Alexandra Maribel Cabrera Armijos

DIRECTORA:

Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez

Loja – Ecuador

2024

Certificación



Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Salinas Ordoñez Gretty del Pilar**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Saraguro**", perteneciente al estudiante **Alexandra Maribel Cabrera Armijos**, con cédula de identidad N° **1105352650**. Certifico que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular** se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 18 de Agosto de 2023



F)
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2023-000143

1/1
Educamos para Transformar

Autoría

Yo, **Alexandra Maribel Cabrera Armijos** declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular 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 Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual

Firma:

Cédula de identidad: 1105352650

Fecha: 05 de febrero del 2024

Correo electrónico: alexandra.cabrera@unl.edu.ec

Teléfono: 0993008665

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular

Yo, **Alexandra Maribel Cabrera Armijos**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Saraguro**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenios la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los cinco días del mes de febrero del dos mil veinte y cuatro.

Firma:

Autor/a: Alexandra Maribel Cabrera Armijos

Cédula de Identidad: 110535650

Dirección: Cantón Saraguro – Urdaneta – Barrio Baber.

Correo electrónico: alexandra.cabrera@unl.edu.ec

Teléfono: 0993008665

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez

Dedicatoria

El presente trabajo de titulación es muestra de esfuerzo, dedicación y perseverancia, está dedicado primeramente a Dios que me dio la vida, la fuerza, fe y la resiliencia para no rendirme y culminar mi carrera. Así mismo a mi madre Beatriz y mi hermano Yasmany, que son el motor y motivo de mi vida para seguir adelante, ya que sin su apoyo nada fuera posible; A mis tíos, primos y toda mi familia que me brindaron apoyo en cada momento enseñándome que todo es posible si uno se lo propone. A Deisy y Emilio por siempre creer en mí y haber sido mi apoyo moral cuando más lo necesitaba.

Finalmente, este trabajo va dedicado con mucho amor a mis dos ángeles en el cielo, Adelaida y Elister, que, aunque en este momento no estén conmigo, siempre creyeron en mí y sé que desde donde están me cuidan.

Todo esto va por cada uno de ustedes.

Alexandra Maribel Cabrera Armijos.

Agradecimiento

Expreso mi sincero agradecimiento a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA por haberme abierto sus puertas para cumplir una de mis metas y sueños, a la Carrera de Administración de Empresas, a cada uno de sus docentes de esta prestigiosa carrera que dedicaron su tiempo y conocimiento en cada ciclo a lo largo de la carrera, y de manera especial mi eterno agradecimiento a la Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordoñez, por ser parte esencial para el desarrollo de este trabajo, por la paciencia, y el tiempo brindado para ayudarme a la culminación del mismo.

A mis mejores amigos, Mario, Betty, Naye y Yaritza, ya que con su carisma supieron hacer de esta etapa la mejor de todas y también porque estuvieron apoyándome siempre, en mis mejores y peores momentos. Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecer su amistad, consejos, apoyo, animo en el transcurso de mi carrera, algunos están conmigo y otras en mis recuerdos, sin importar en donde estén mil gracias por formar parte de mi carrera profesional.

Alexandra Maribel Cabrera Armijos.

Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de Autorización.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de tablas.....	x
Índice de figuras.....	xv
Índice de anexos.....	xvi
1.Título.....	1
2.Resumen.....	2
2.1.Abstract.....	3
3.Introducción	4
4.Marco teórico	7
4.1.Antecedentes de la comida rápida.....	10
4.3.Proyecto de factibilidad.....	14
4.3.1.Ciclo de vida de los proyectos	14
4.4.Estudio de mercado	16
4.5.Estudio Técnico.....	20

4.6. Estudio Administrativo y Legal	27
4.7. Estudio Financiero	31
5. Metodología	38
6. Resultados.....	42
7. Discusión	69
7.1. Estudio de mercado	69
7.1.1. Productos Sustitutos	70
7.1.2. Mercado Demandante	70
7.1.3. Análisis de la Oferta.....	77
7.1.4. Estrategias de Comercialización	83
7.2. Estudio Técnico.....	92
7.2.1. Tamaño y Localización	92
7.2.2. Tamaño del proyecto.....	98
7.2.3. Ingeniería del proyecto.....	101
7.3. Estudio Administrativo y legal.....	114
7.3.1. Diseño Organizacional	114
7.3.2. Filosofía Empresarial	119
7.4. Estudio Financiero	131
7.4.1. Inversiones	131
7.4.2. Estructura de Costos y Presupuesto de Ingresos	158
7.4.3. Punto de Equilibrio	176

7.4.4.Estados Financieros.....	180
7.5.Evaluación Financiera.....	184
7.5.1.Valor Actual Neto	184
7.5.2.Tasa Interna de Retorno	184
7.5.3.Periodo de Recuperación del Capital	186
7.5.4.Relación Beneficio – Costo.....	187
7.5.5.Análisis de Sensibilidad	188
8.Conclusiones	195
9.Recomendaciones	197
10.Bibliografía	198
11.Anexos.....	201

Índice de Tablas

Tabla 1 Sexo.....	42
Tabla 2 Edad	43
Tabla 3 Consumo de comida rápida.....	44
Tabla 4 Cantidad de compra de comida rápida.....	45
Tabla 5 Cantidad de consumo de comida rápida	47
Tabla 6 Precios por producto de comida rápida.....	48
Tabla 7 Lugar de adquisición de comida rápida	50
Tabla 8 Calificación de la comida rápida.....	52
Tabla 9 Aspectos para comprar comida rápida	53
Tabla 10 Lo que busca en un restaurante para ir a comer.....	54
Tabla 11 Disposición de compra.....	55
Tabla 12 Comida Rápida que debe ser expendida en el lugar	57
Tabla 13 Cantidad y frecuencia de comida rápida.....	58
Tabla 14 Cantidad de comida rápida que será consumida.....	59
Tabla 15 Horario en el cual acudiría al restaurante	61
Tabla 16 Redes Sociales	63
Tabla 17 Decoración del restaurante.....	64
Tabla 18 Promociones.....	65
Tabla 19 Productos vendidos por los ofertantes de la ciudad de Saraguro.....	67
Tabla 20 Comida rápida por producto vendido en los últimos tres años.....	68
Tabla 21 Demandantes Potenciales.....	71
Tabla 22 Demanda potencial por producto	72
Tabla 23 Demandantes Reales	73
Tabla 24 Demanda Real por producto	74

Tabla 25 Demandantes Efectivos.....	75
Tabla 26 Demandantes Efectivos.....	76
Tabla 27 Demanda Efectiva.....	77
Tabla 28 Cantidad de Oferta de comida rápida.....	78
Tabla 29 Ventas Anuales por producto.....	78
Tabla 30 Incremento en ventas de comida rápida.....	79
Tabla 31 Proyección de la oferta por producto.....	80
Tabla 32 Demanda Insatisfecha por producto.....	82
Tabla 33 Presupuesto de comercialización.....	92
Tabla 34 Capacidad Instalada.....	98
Tabla 35 Capacidad Utilizada.....	99
Tabla 36 Capacidad del restaurante.....	100
Tabla 37 Participación en el mercado del restaurante.....	100
Tabla 38 Simbología.....	102
Tabla 39 Flujograma de procesos de la compra de materia prima.....	103
Tabla 40 Flujograma de procesos de servicio del restaurante.....	105
Tabla 41 Diagrama de flujo de procesos de hot dogs.....	106
Tabla 42 Diagrama de flujo de procesos de la salchipapa.....	106
Tabla 43 Diagrama de flujo de procesos de hamburguesas.....	107
Tabla 44 Diagrama de flujo de las pizz.....	107
Tabla 45 Diagrama del flujo de procesos de papas fritas con pollo.....	108
Tabla 46 Maquinaria y especificaciones.....	109
Tabla 47 Herramientas para la elaboración de la comida rápida.....	111
Tabla 48 Manual de funciones para el gerente.....	125
Tabla 49 Manual de funciones para el Asesor Jurídico.....	126

Tabla 50 Manual de Funciones para la secretaria/Contadora	127
Tabla 51 Manual de funciones para el Cocinero.....	128
Tabla 52 Manual de funciones para el ayudante de cocina.....	129
Tabla 53 Manual de funciones del Vendedor	130
Tabla 54 Maquinaria y Equipo.....	131
Tabla 55 Depreciación Maquinaria y Equipo	132
Tabla 56 Herramientas	133
Tabla 57 Depreciación de Herramientas	133
Tabla 58 Muebles y Enseres de Administración.....	133
Tabla 59 Depreciación de muebles y enseres de Administración.....	134
Tabla 60 Muebles y enseres de Planta	134
Tabla 61 Depreciación muebles y enseres de Planta	135
Tabla 62 Equipo de Oficina	135
Tabla 63 Depreciación Equipo de Oficina.....	136
Tabla 64 Equipo de cómputo	136
Tabla 65 Depreciación del equipo de cómputo.....	137
Tabla 66 Reinversión del equipo de cómputo.....	137
Tabla 67 Depreciación de la reinversión del equipo de cómputo	137
Tabla 68 Equipo de Seguridad y Salud	138
Tabla 69 Depreciación del equipo de Seguridad y Salud	138
Tabla 70 Resumen de Activos Fijos	139
Tabla 71 Activos diferidos.....	139
Tabla 72 Amortización Activos Diferidos	140
Tabla 73 Materia Prima Directa de hot dogs, salchipapas, hamburguesas, pizzas, papas fritas con pollo.....	140

Tabla 74 Proyección de materia prima de cada producto	142
Tabla 75 Materiales Indirectos.....	143
Tabla 76 Proyección Materiales Indirectos.....	144
Tabla 77 Bebidas.....	144
Tabla 78 Materiales Indirectos de Venta	145
Tabla 79 Proyección Materiales Indirectos de Ventas.....	145
Tabla 80 Indumentaria de Producción	145
Tabla 81 Proyección Indumentaria de producción	146
Tabla 82 Mano de Obra Directa.....	146
Tabla 83 Proyección Mano de Obra Directa.....	146
Tabla 84 Sueldos de Ventas	147
Tabla 85 Proyección Sueldos de Ventas	147
Tabla 86 Sueldos de Administración	148
Tabla 87 Proyección Sueldos de Administración	148
Tabla 88 Servicios Básicos	149
Tabla 89 Proyección Servicios Básicos	149
Tabla 90 Útiles de Oficina	150
Tabla 91 Proyección Útiles de Oficina	151
Tabla 92 Útiles de Aseo	151
Tabla 93 Proyección Útiles de Aseo	152
Tabla 94 Presupuesto Publicidad	152
Tabla 95 Proyección de Publicidad.....	152
Tabla 96 Presupuesto de Arriendo	153
Tabla 97 Proyección de Arriendo	153
Tabla 98 Permisos de Funcionamiento	153

Tabla 99 Proyección Permisos de Funcionamiento	153
Tabla 100 Transporte	154
Tabla 101 Proyección de Transporte	154
Tabla 102 Implementos de Seguridad.....	154
Tabla 103 Proyección Implementos de Seguridad.....	154
Tabla 104 Resumen Activo Circulante	155
Tabla 105 Resumen Inversión del Proyecto	155
Tabla 106 Financiamiento de la Inversión	156
Tabla 107 Amortización del préstamo	157
Tabla 108 Presupuesto General de comida rápida	159
Tabla 109 Presupuesto de Hot dogs	161
Tabla 110 Presupuesto de Salchipapas	163
Tabla 111 Presupuesto de Hamburguesas.....	165
Tabla 112 Presupuesto de Pizzas	167
Tabla 113 Presupuesto de Papas fritas con pollo.....	169
Tabla 114 Costo Unitario de Producción y precio de venta	172
Tabla 115 Presupuesto de Ingresos	173
Tabla 116 Clasificación de costos del presupuesto general de comida rápida	175
Tabla 117 Estado de pérdidas y Ganancias.....	181
Tabla 118 Flujo de caja Proyectado	183
Tabla 119 Valor Actual Neto	184
Tabla 120 Tasa Interna de Retorno	185
Tabla 121 Periodo de Recuperación del Capital.....	186
Tabla 122 Relación Beneficio - Costo	187
Tabla 123 Análisis de Sensibilidad con Aumento en Costos.....	189

Tabla 124 Análisis de Sensibilidad con Disminución en Ingresos	192
---	-----

Índice de Figuras

Figura 1 Ciclo de vida de un proyecto de inversión	15
Figura 2 Género	42
Figura 3 Edad.....	43
Figura 4 Consumo de comida rápida	45
Figura 5 Cantidad total de consumo de comida rápida.....	47
Figura 6 Lugar de adquisición de la comida rápida.....	51
Figura 7 Clasificación de la comida rápida	52
Figura 8 Aspectos para comprar comida rápida	53
Figura 9 Lo que busca en un restaurante al momento de ir a comprar	54
Figura 10 Disposición de compra	56
Figura 11 Cantidad de comida rápida que será consumida	60
Figura 12 Horario en el acudir al restaurante.....	62
Figura 13 Redes Sociales.....	63
Figura 14 Decoración del restaurante	64
Figura 15 Promociones	65
Figura 16 Venta de comida rápida por parte de los oferentes	68
Figura 17 Nombre de la empresa.....	84
Figura 18 Logotipo de la empresa	84
Figura 19 Productos.....	85
Figura 20 Envases de Productos	87
Figura 21 Canal de distribución.....	88
Figura 22 Orden de consumo gratis.....	89
Figura 23 Publicidad del restaurante por Facebook.....	89

Figura 24	Publicidad por la red Social Instagram.....	90
Figura 25	Tarjeta de Presentación (Averso)	91
Figura 26	Tarjeta de Presentación (Reverso).....	91
Figura 27	Ubicación del restaurante "SARADELI"	96
Figura 28	Macro localización del restaurante.....	96
Figura 29	Micro localización del restaurante "SARADELI"	97
Figura 30	Distribución de planta del restaurante "SARADELI"	113
Figura 31	Misión de la empresa.....	119
Figura 32	Visión de la empresa	119
Figura 33	Valores empresariales.....	120
Figura 34	Organigrama estructural	122
Figura 35	Organigrama Funcional del restaurante "SARADELI"	123
Figura 36:	Organigrama posicional del restaurante "SARADELI".....	124
Figura 37	Punto de equilibrio año 1.....	177
Figura 38	Punto de equilibrio año 3.....	178
Figura 39	<i>Punto de equilibrio año 5</i>	180

Índice de Anexos

Anexo 1	Modelo de Encuesta de la demanda.....	201
Anexo 2	Distribución de Planta 3D	203
Anexo 3	Tasa de Inflación.....	203
Anexo 4	Tasa de Incremento Salarial.....	204
Anexo 5	Evidencia de Encuestas Aplicadas.....	204
Anexo 6	Tasa de Interés del crédito	205

1. Título

“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Saraguro”.

2. Resumen

En el dinámico mundo de la gastronomía, la comida rápida se ha convertido en una aliada indispensable para aquellos que buscan sabores deliciosos, es por ello que el presente proyecto tiene como objetivo conocer la factibilidad de la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Saraguro a partir de la realización del estudio de mercado, técnico, administrativo, económico y la evaluación financiera; para dar cumplimiento a dichos objetivos se ha utilizado una metodología con un enfoque cuantitativo no experimental y cualitativo de carácter descriptivo, se utilizó técnicas como encuestas y entrevistas; el segmento escogido fue los habitantes de la ciudad de Saraguro en edades de 15 y 45 años, tomando una muestra de 367 encuestas a aplicar. El estudio de mercado permitió determinar que al no existir la oferta que cubra toda la demanda insatisfecha, el mercado actual requiere 172.640 unidades de hot dogs; 33.896 unidades de salchipapas, 168.553 unidades de hamburguesas; 187.478 unidades de pizzas y finalmente 352.574 unidades de papas fritas con pollo, dichos resultados determinaron que el restaurante tendrá una participación en el mercado en el primer año del 20% referente a los productos de comida rápida que ofrecerá. La empresa adoptará la denominación de compañía de responsabilidad limitada y llevará su razón social como Restaurante "SARADELI Cia.Ltda". Dentro del estudio económico, se determinó que la inversión del proyecto será de \$19.975,10; de los cuales \$6.975,10 serán financiados por el aporte de los socios y \$13.000,00 financiados por BanEcuador a una tasa de interés del 10,12%. En la evaluación financiera se obtuvo VAN de \$34.500,68 dólares; una TIR de 72%, la RBC de 1,21, que por cada dólar invertido se obtendrá 0,21 centavos de rentabilidad; el PRC será de 1 año, 5 meses y 3 días, finalmente el proyecto soporta un incremento en costos del 12,25%, con una sensibilidad del 0,93%; y una disminución en ingresos de hasta el 10 %; generándose una sensibilidad del 0,93%; por lo tanto se pudo concluir que el proyecto es factible.

Palabras clave: Factibilidad, Restaurante, Comida rápida.

2.1. Abstract

In the dynamic world of gastronomy, fast food has become an indispensable ally for those seeking delicious flavors, that is why this project aims to know the feasibility of creating a fast food restaurant in the city of Saraguro from the realization of the market study, technical, administrative, economic and financial evaluation; To fulfill these objectives, a methodology with a non-experimental quantitative and qualitative descriptive approach was used, using techniques such as surveys and interviews; the segment chosen was the inhabitants of the city of Saraguro between the ages of 15 and 45 years, taking a sample of 367 surveys to be applied.

The market study determined that since there is no supply to cover all the unsatisfied demand, the current market requires 172,640 units of hot dogs; 33,896 units of salchipapas, 168,553 units of hamburgers; 187,478 units of pizzas and finally 352,574 units of french fries with chicken, these results determined that the restaurant will have a market share in the first year of 20% of the fast food products it will offer. The company will adopt the denomination of limited liability company and will be known as "SARADELI Cia. Ltda" restaurant. Within the economic study, it was determined that the project investment will be \$19,975.10; of which \$6,975.10 will be financed by the partners' contribution and \$13,000.00 will be financed by Ban Ecuador at an interest rate of 10.12%. The financial evaluation obtained NPV of \$34,500.68 dollars; an IRR of 72%, RBC of 1.21, that for every dollar invested 0.21 cents of profitability will be obtained; the PRC will be 1 year, 5 months and 3 days, finally the project supports an increase in costs of 12.25%, with a sensitivity of 0.93%; and a decrease in income of up to 10%; generating a sensitivity of 0.93%; therefore, it can be concluded that the project is feasible.

Key words: Feasibility, Restaurant, Fast food.

3. Introducción

Un proyecto de factibilidad permite saber que tan bueno o malo será lanzar un producto o un servicio al mercado, y cuanta acogida tendrá por parte del mismo, con el propósito de poder ayudar a tomar la mejor decisión en cuanto a invertir o no invertir.

Según la Asociación Mexicana de Capital Privado, solo el 35 % de los emprendimientos sobreviven los primeros 5 años. Esto puede deberse a errores en su gestión, no haber realizado un estudio de factibilidad antes de iniciar con el negocio, la falta de una estrategia fuerte para incursionar en el mercado, una mala administración en la inversión y métricas mal calculadas. En general, varios de estos problemas se reflejan en una prisa que no permite pensar con calma el siguiente paso. Herrera y Lazo (2014)

En Ecuador "Entre el 70% y el 80% de los negocios cierran en el segundo año de haber comenzado a operar, debido a que el emprendedor no conoce la dinámica del mercado ni a sus clientes, no dispone de los espacios necesarios o no los sabe aprovechar, y no comprende en qué se ha metido" es decir no realiza un estudio de mercado previo, ya que hay que tener en cuenta que el mercado siempre está en constantes cambios. Bussiness (2017)

La importancia de este proyecto es poder realizar un estudio que permita comprobar si la idea de negocio que surgió mediante una necesidad es factible o no, y con ello poder ofrecer al mercado una cartera de productos relacionado a la comida rápida en un solo lugar, con esta propuesta de negocio lo que se pretende es innovar tanto en la presentación de los productos, calidad, buen servicio, a bajo costo, con rapidez y finalmente que sea un lugar acogedor con las adecuaciones aptas para el consumo y deguste de la comida rápida.

El estudio tiene como propósito implementar un restaurante que ayude a poder cubrir las necesidades que tiene la ciudad de Saraguro, por ello el tema de investigación se denomina "Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de

Saraguro”, el cual tiene como objetivo; conocer si será factible, elaborar el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero, y la evaluación financiera, mismo que permita generar fuentes de empleo aportando de manera positiva al crecimiento y desarrollo de la ciudad de Saraguro.

La presente investigación inicia con el título mismo que estructurado de forma clara seguidamente el resumen, donde se detalla los aspectos más relevantes a los que se llegó luego de haber finalizado el proyecto de titulación, así mismo consta del marco teórico en donde se expone toda la literatura que permitió sustentar el trabajo de investigación.

En la metodología se presenta el tipo y enfoque de la investigación, los métodos, técnicas población y muestra, es decir se detalla cómo se llevó a cabo la investigación. De igual forma consta de un apartado donde se muestran los resultados, es decir la tabulación, análisis e interpretación de la investigación de campo realizada a la población objetivo y a la oferta.

Así mismo consta de la discusión la cual inicia con el estudio de mercado, mismo que permitió conocer el producto, la demanda, oferta, y su respectivo plan de comercialización de los productos a ofertarse. En el estudio técnico se evidencia la localización y tamaño del proyecto, capacidad utilizada, instalada, así mismo de la ingeniería del proyecto en la que se incluye la descripción del proceso productivo de la elaboración de la comida rápida, distribución de planta y los requerimientos necesarios para ejecutar el proyecto.

Respecto al estudio legal y administrativo se muestra la estructura orgánica y funcional de la empresa, su base legal, sus respectivos organigramas, manuales de funciones en los cuales se especifica la naturaleza del cargo, funciones y requisitos para el desempeño de cada puesto.

En el estudio económico se evidencia, el cálculo de cada uno de los recursos necesarios para la instalación y funcionamiento del restaurante, de igual modo las fuentes de donde se obtendrá los recursos para financiarlo, y los precios de venta al público de cada producto.

Para conocer la factibilidad del proyecto, consta de la evaluación financiera en la cual se detalla mediante el cálculo de cada uno de los indicadores, como son; el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación del Capital (PRC), y el Análisis de Sensibilidad.

Finalmente se evidencia las respectivas conclusiones y recomendaciones, la bibliografía, utilizada y los respectivos anexos que complementan la presente investigación.

4. Marco teórico

Para poder llevar a cabo el presente proyecto de factibilidad a continuación se describen algunas referencias que permitirán sustentar y argumentar el proyecto:

Según los autores Guzmán et a., (2018) realizaron un estudio denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ”, de la Universidad autónoma de occidente de Colombia realizaron este estudio que sirve como guía para poder realizar el presente proyecto ya que en la investigación se menciona que el monto de la inversión total es de \$25.267,00. esta investigación muestra los tiempos y movimientos que se demora en preparar un menú que incluye papas fritas, hamburguesa y una bebida con un tiempo aproximado de 18 a 20 minutos, esto es una guía para poder comparar con los tiempos y movimientos que se utilizarán en la elaboración de un menú igual.

Algo interesante también es que, para que los productos puedan ser comercializados, se realizó un estudio enfocado en las 4p del marketing es decir indagar el lugar donde se comercializará, el precio que tendrá, los productos a ofrecerse y las promociones que tendrá cada uno de ellos, esto como una guía para implementar en el presente proyecto.

Los autores Montoya Arias y Jaramillo (2017), realizaron una investigación denominada: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS RÁPIDAS EN LA CIUDAD DE PALMIRA CON REALIZACIÓN DE EXPRESIONES ARTISTICAS”, toda la información recabada sirve como guía al presente proyecto ya que es un tema similar, en primera instancia se menciona que la inversión requerida para el proyecto es de \$90.571.67, dicho monto se debe a que se quiere implementar un restaurante con la temática con expresiones artísticas de la ciudad, otro aspecto importante que posee el trabajo es que su segmento de mercado son las personas en edades comprendidas de 20 a 44 años de edad, así mismo se indica que el tiempo que se demora

en preparar un menú que contiene papas fritas, una hamburguesa y una bebida refrescante es de 12 a 15 minutos, finalmente algo importante que también puede aportar al proyecto son los insumos y la maquinaria que serán utilizados para la producción. Concluye la investigación con que es factible su puesta en marcha.

La autora Cárdenas, (2018) realizó un estudio denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA EN LA CIUDAD DE TULCÁN”, de la Universidad Central de Ecuador de Quito, desarrollo dicho estudio en donde se llegó a la conclusión que cada una de las alternativas presentadas durante el proyecto son factibles, por tanto, el proyecto debe ser aceptado. En las conclusiones se manifiesta que para la implementación del negocio se requiere \$ 18.984.03, la relación costo beneficio del proyecto es de 1,09.

Este estudio ayuda al presente proyecto ya que detalla los insumos, por ejemplo, la freidora, la cocina, el refrigerador y sus costos dando un total en inversión en maquinaria de \$3.268,00 esto como una guía para poder realizar el cuadro de activos necesarios que servirán al presente proyecto y de la misma forma, será una guía para la distribución de la planta de producción, de la misma forma el marco teórico ya que es una guía principal para el presente proyecto.

La autora, Yáñez (2015) realizó un estudio denominado: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE COMIDA RÁPIDA EN EL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, en donde se evidencia que para determinar si el negocio será factible o no se realizó un diagnóstico situacional para obtener información tanto del macro como microentorno, así mismo se menciona que la inversión que tendrá la implementación del negocio será de \$10.923,00, la misma que será recuperada en los primeros 6 meses, la población de estudio son las personas en edades de 15 a 64 años de edad, así mismo en este estudio se evidencia que para poder

determinar los precios de los productos se lo hace en base en relación a los precios del mercado, de la misma forma este trabajo será un aporte ya que algunas de las preguntas de la encuesta son importantes para la elaboración del presente trabajo.

Los autores Marín y López (2016), realizaron una investigación denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE LA CIUDAD DE LA LOJA”, cuyo trabajo se encuentra expuesto en la Universidad Técnica Particular de Loja cuyo objetivo es medir que tan factible era la implementación del mismo a partir de la aplicación de metodologías como el estudio de mercado, estudio técnico, inversión del proyecto, costos, gastos del proyecto, evaluación financiera, así mismo en este estudio se refleja la muestra tomada que son de las personas de entre 15 a 45 años de edad, todo ello permite determinar que en la ciudad de Loja si es factible implementar un restaurante de comida rápida y ello también sirve como guía para poder tomar el segmento de población para el presente proyecto, así mismo se considera que el periodo de recuperación del capital será de 2 años , 3 meses y 17 días.

Todos los estudios mencionados anteriormente son una guía para poder contrastar la información necesaria que permita y sirva como una guía para el desarrollo de la siguiente investigación.

4.1. Antecedentes de la comida rápida

Comida Rápida

El término fast food o comida rápida se puede definir como: “Aquella comida que se comercializa preparada o tiene una fácil preparación, vendiéndose, así pues, elaborada o semielaborada con la conciencia implícita del término “para llevar”, bajo este concepto se incluye una gran variedad de productos como hamburguesas, pizzas, bocadillos etc.” (Clemente & Layala, 2019, pág. 151).

Historia de la comida rápida

La comida rápida es toda clase de comida preparada de manera rápida, cómoda y por lo general económica. Este concepto apareció en Europa durante las Guerras Napoleónicas en el siglo XIX los mercenarios cosacos del Ejército Ruso en Francia solicitaban a los restaurantes que se les sirviera lo antes posible, desde este momento los restaurantes franceses quedaron con esta denominación. Después de un siglo la industria de la comida rápida causa un gran impacto a mediados del siglo XX, provocando un estilo de alimentación en donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros o a pie de calle). (Cocineando.com, 2017)

Tipos de comida rápida

La comida rápida es un sector de la industria de alimentos que se ha consolidado en los últimos años, de hecho, cada vez hay más variedad de oferta de productos que se alinean perfectamente con las necesidades de los clientes, entre esta variedad de comida rápida y las más conocidas son: Hamburguesas, hot dogs, papas fritas, pizzas entre otras.

Papas fritas: Las papas fritas o patatas francesas, son las papas que se preparan cortándose en forma de bastones y friéndolas en aceite caliente hasta que queden doradas, crujientes para luego retíralas del aceite y luego sazonarlas con sal. (Real Academia de la Lengua Española [RAE], (2023)

Hot dogs: También conocido como perro caliente, es un alimento en forma de bocadillo que se genera con la combinación de una salchicha de tipo vienesa ya sea hervida o frita, servida en un pan con forma alargada que suele acompañarse con algún aderezo, como salsa de tomate, mostaza, cebolla y salsa de tocino. (Real Academia de la Lengua Española [RAE], 2023)

Pizza: La pizza es probablemente el plato más común en la carta de cualquier restaurante italiano, se trata de un pan plano horneado, habitualmente de forma redonda, elaborado con harina de trigo, sal, agua y levadura, y de más ingredientes dependiendo del tipo de pizza que se desee. (Real Academia de la Lengua Española [RAE], 2023)

Hamburguesa: La palabra hamburguesa tiene su origen en Hamburgo, el lugar donde nació, el origen real de la hamburguesa actual es el “Rundstuck warm”, un sándwich de cerdo típico de Alemania que, traducido significa “pedazo redondo caliente”, la hamburguesa es un producto cárnico elaborado a partir de carne cortada en cubos, molida y mezclada con otros ingredientes, como condimentos y aditivos alimentarios. (Real Academia de la Lengua Española [RAE], 2023)

Como se elabora la comida rápida

La comida rápida se prepara con ingredientes naturales para alcanzar un cierto sabor o consistencia y preservar la frescura. Esto requiere un alto grado de ingeniería del alimento, el uso de aliños y las técnicas de proceso que alteran substancialmente el alimento de su forma original y reducen su valor alimenticio. Esto hace que sea habitualmente calificada como comida basura o comida chatarra, entre su gran variedad se encuentra: choripán, hamburguesa, perrito caliente, sándwich, pollo frito, papas fritas, pizzas, tacos, tortas, salchipapas, burritos, quesadilla, shawarma, nachos, arepas, snack y sopas instantáneas. Pizarro (2019)

Características

“Una de las características más importantes de la comida rápida es que puede consumirse sin el empleo de cubiertos, esto permite diferentes tipos de servicio ya sea consumo

en un restaurante y consumo en la calle o lo más factible pedidos a domicilio”. (Pizarro, 2019, pág. 83)

Restaurante de comida rápida

La diferencia entre un espacio de comida rápida y un restaurante de comida rápida puede depender del enfoque y la presentación específica del lugar un restaurante de comida rápida posee las siguientes características.

Establecimiento formal: Un restaurante de comida rápida puede referirse a un establecimiento más formal que sigue las características tradicionales de un restaurante, puede tener, mesas sillas, servicio al cliente y una atmosfera más estructurada.

Menú mejor presentado: Aunque la comida se sirve rápidamente, el menú puede ser más formal y diverso.

Experiencia de comida: La experiencia puede centrarse en la comodidad y la velocidad, pero también en proporcionar un entorno más relajado y único.

4.2. La Empresa

Para Chiavenato (1930) la empresa es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos cuyo fin puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.

Tipos de Empresas

- **Por sector**

Las empresas pueden clasificarse según el sector en el que se desarrollen, es decir, de acuerdo a las actividades que realizan y estas son:

Sector primario: Está formado por actividades económicas relacionadas con la recolección, extracción y transformación de los recursos naturales. Estas pueden ser la agricultura, ganadería, pesca entre otros.

Sector Secundario: representa a todas las actividades que se encargan de la transformación de la materia prima en productos de consumo o bienes, como en este caso los restaurantes.

Sector Terciario: También es conocido como el sector de los servicios, los cuales no se constituyen por actividades productoras o transformadoras, si no que buscan de satisfacer las necesidades de las personas o pueden estar relacionadas con la comunicación, los servicios públicos y las finanzas. (Palacios, 2021, pág. 36).

- **Por Tamaño**

Las empresas pueden ser grandes, medianas o pequeñas y cuentan con subcategorías muy conocidas y establecidas.

Microempresa: Es una unidad económica conformada por menos de 10 trabajadores.

Pequeña empresa: Es aquel negocio que tiene entre 11 y 49 empleados.

Mediana empresa: Cuenta entre 50 y 249 empleados. (Palacios, 2021, pág. 36).

- **Por su ámbito de actuación**

Las empresas locales son aquellas empresas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.

Las empresas nacionales actúan dentro del país

Las empresas multinacionales se localizan en un país, pero venden sus productos o servicios en diferentes países. (Palacios, 2021, págs. 37-38).

- **Por su procedencia de capital**

Este tipo de empresa recibe su clasificación dependiendo del tipo de capital que recibe o utiliza para su gestión.

Empresa privada: Es aquella cuyo capital e inversiones que recibe proviene de individuos particulares que desean obtener una rentabilidad y beneficios a través de sus actividades comerciales.

Empresa pública: Es la que en oposición a las empresas privadas recibe inversiones del Estado, usualmente son negocios que prestan servicios a la sociedad y no tienen ni deben implicar beneficios para ningún particular.

Empresa mixta: Es la que posee tanto capital público como privado; esto ocurre cuando la inversión pública no cubre las necesidades completas para que la empresa realice sus actividades. (Palacios, 2021, págs. 38-45).

4.3. Proyecto de factibilidad

El proyecto de factibilidad según Sapag (2000), “el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que el mismo sea exitoso” (p. 62). Sin olvidar que dicho estudio también recopila datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar las mejores decisiones.

4.3.1. Ciclo de vida de los proyectos

“El ciclo de vida de los proyectos es el conjunto de etapas a través de las cuales pasa un proyecto desde que surge y se propone una idea para resolver un problema o una necesidad, para después pasar por sucesivas etapas de estudio, formulación de posibles soluciones y establecimientos de prioridades, hasta la ejecución de la inversión y su puesta en funcionamiento también conocida como implementación donde se generan los beneficios previstos desde la concepción de la idea”. Bayly (2017)

El ciclo de vida de un proyecto se compone de los siguientes elementos:

Figura 1

Ciclo de vida de un proyecto de inversión



Nota. Formulación y Evaluación de Proyectos Córdoba (2012)

Pre inversión

Esta es la fase en que se formula y evalúa un plan para solucionar un problema designado a conseguir un objetivo específico. El propósito primordial de esta fase de la prefactibilidad es el de brindar la información suficiente y elemental que llevará a tomar la mejor elección referente a realizar o no el proyecto de interés. Dicho de otra forma, esta fase trata sobre brindar la más grande certidumbre viable, la reducción del costo y peligros asociados a la ejecución del proyecto. Bayly (2017)

Inversión

Según la autora Bayly (2017), una vez aprobada la ejecución del proyecto, el equipo asignado tomará la decisión de elaborar un diseño detallado para la ejecución del mismo. Podría ser que a lo largo de la fase de prefactibilidad se hubiesen llevado a cabo ciertos diseños preliminares para examinar o detallar la iniciativa que lo sustentaba. No obstante, ahora va a ser el momento de llevar la iniciativa hasta su más grande detalle. A lo largo de la evaluación de proyectos, la etapa de diseño es la que requiere un mayor número de horas en relación con el resultado final, ya que gran parte del proceso requiere un análisis y ejecución detallados.

Operación

Como menciona Bayly (2017), esta etapa tiene como fin satisfacer el requisito inicial que fue planteado debe cubrir el propósito inicial y la medición del éxito o fracaso del plan está directamente relacionada con su cumplimiento.

La vida útil de un proyecto puede determinarse con base al tiempo de obsolescencia del activo fijo más relevante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento) o en el momento que se considera dejarán de recibirse de manera constante las ventajas esperadas. Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más usado por los expertos es de 5 a 15 años, en función del monto de la inversión y del riesgo percibido.

Bayly (2017)

Evaluación

De acuerdo a Bayly (2017), el ciclo se cierra con la evaluación, no solo a lo largo de la operación del proyecto sino también una vez terminada la vida útil del mismo, con el fin sustancial de comprobar que el proyecto ha cumplido con su objetivo central de solucionar el problema, dar el beneficio y que está produciendo los efectos deseados.

Para eso, se necesita comprobar luego de un periodo razonable de su operación, si en efecto el problema fue solucionado por la participación del plan. De haber encontrado resultados no satisfactorios una vez puesto en marcha el proyecto, va a ser primordial realizar medidas correctivas.

4.4. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene por objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros. (Malhotra, 2008, pág. 7)

Segmentación de Mercado

Armstrong y Kotler (2012) plantean que la segmentación de mercado implica dividir al mercado en grupos más pequeños con necesidades, características o conductas diferentes, que podrían tener gustos o preferencias similares.

Muestra

Según Arias (2006) define a la muestra como “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83).

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población Total

Z= Nivel de confianza

e = Margen de error

P= Probabilidad a favor

Q= Probabilidad en contra

Demanda

Desde el punto de vista económico se define a la demanda como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por un conjunto de consumidores, en momento determinado. (Armstrong & Kotler, 2012).

Demanda Potencial

En la demanda potencial se cuantifica las exigencias de productos en la población independientemente de que esta pueda o no adquirirlos, es decir, es la determinación en términos cuantitativos de los requerimientos de productos para satisfacer las necesidades de la población. (Morales Casto & Morales Castro, 2009).

Demanda Real

Es la cantidad de productos que la población puede adquirir, determinada principalmente por su nivel de ingresos, dado que es lo que proporciona el poder de compra. (Morales Casto & Morales Castro, 2009)

Demanda Efectiva

Es la cantidad de bienes y servicios de la nueva unidad productiva, que son requeridos por el mercado. Está constituida por quienes tienen intención y capacidad de compra, además forma parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto. Pasaca (2017).

Proyección de la Demanda

Es un factor muy importante en el estudio de mercado esta proyección dependerá de un producto en el futuro. La principal utilidad del pronóstico de la demanda es conocer el probable nivel de ventas en esos períodos, lo cual permite estimar los ingresos en ellos.

Según, Pasaca (2017) la proyección de la demanda se la calcula a partir de la siguiente fórmula:

$$Dx = Db(1 + i)^n$$

Donde:

Dx = Demanda para el año proyectada

Db = Demanda Base

i = Tasa de crecimiento

n = Periodo de tiempo

Demanda Insatisfecha

Córdoba (2012) menciona que la demanda insatisfecha es la cantidad de bienes y servicios que hacen falta en el mercado, y la misma se obtiene del balance de la oferta y demanda proyectada obtenida en el estudio de mercado.

Oferta

Según Pasaca (2017), “la oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento determinado a un precio determinado”.

Plan de comercialización

El plan de comercialización es una de las partes más importantes del plan de una empresa, se trata de un documento que se establece cuál es tu producto o servicio, el público objetivo, que acciones llevar a cabo para atraer o retener a los clientes y cuál es la proyección o estimación de ventas en un periodo de tiempo determinado. (Fernandez, 2018, pág. 6)

Descripción del Producto.

Para Kotler y Armstrong (2012), un producto es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

De acuerdo a Villarán (2009), el primer elemento de la mezcla de marketing es el producto o servicio, hace referencia a: su diseño, características, bondades, su calidad y la de los servicios anexos; cantidad, disponibilidad y variedades del producto; los atributos del envase y empaque, servicio postventa, la marca y beneficios que aporta

Estrategia de Precio

Para Kotler & Armstrong (2007) el precio, “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”. (p 309)

- Los precios pueden fijarse en función de:
- Costes, lo que cuesta fabricar el producto más un margen de beneficio.
- Demanda, según el valor que el consumidor le da al producto.
- Competencia, se analiza lo que hacen los competidores y se decide ofrecer un precio superior, inferior o similar.

Estrategia de Distribución o Plaza

Esta estrategia hace referencia a la forma cómo se llegará al cliente o consumidor final. En este punto, es necesario analizar cuáles son los canales de distribución que la industria tiene, es decir se venda directamente desde el lugar de fabricación de los productos al cliente o exista intermediarios o distribuidores también conocidas como estrategias B2C o B2B. (Villarán, 2009, pág 72)

- **Estrategia B2C (Empresa- Consumidor)**

Consiste en la venta directa entre fabricantes hacia el consumidor final, es decir las relaciones comerciales entre empresas y consumidores, pero que también engloba la comunicación entre las empresas y los clientes particulares potenciales o ya existentes, así como el marketing orientado a los consumidores. (Armtroug y Kotler, 2012, pág 237)

- **Estrategias B2B (Empresa- Empresa)**

De acuerdo a Villarán (2009), se trata en que una empresa establece una relación comercial con otra compañía, en estos modelos de negocios las empresas ofrecen soluciones, productos y servicios diseñados a medida para satisfacer las necesidades de los clientes.

- **Estrategia de Promoción**

El objetivo fundamental de la estrategia de promoción es comunicar y dar a conocer al mercado objetivo las bondades del producto o servicio que se ofrece. Estas estrategias están relacionadas con: actividades de publicidad, marketing directo, promociones de ventas, cupones y sorteos, programas de fidelidad, relaciones públicas. (Weinberger, 2009, pág. 74),

4.5. Estudio Técnico

Según Reyes (2021), El estudio técnico se encarga de determinar la función de producción óptima que alcance la utilización más efectiva de los recursos que se disponen para la producción de bienes o servicios y de esta manera, adquirir información sobre el capital, la mano de obra y los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tamaño del proyecto

Es el volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo el tipo de proyecto que se esté formulando. Córdova (2012).

Factores que determinan el tamaño de un proyecto

Según (Sapag, 2000, pág. 171) La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto como son: demanda, disponibilidad de insumos, localización, plan estratégico comercial.

Por consiguiente, se analizarán los factores que influyen de manera directa en la determinación del tamaño de un proyecto.

- **Demanda**

Se entiende por la demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado, también se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de un determinado bien o servicio que el mercado requiere. (Sapag, 2000, pág. 171)

La cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor más condicionante más importante del tamaño ya de ella dependerá el nivel óptimo de operación de la empresa.

Para Nassir Sapag (2000, págs. 171-172) hay tres situaciones básicas del tamaño que pueden identificarse respecto del mercado:

- Aquella en que la cantidad demandada total sea claramente menor que de las unidades posibles de instalar.
- Aquella en que la cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se puede instalar.
- Aquella en que la cantidad demandada es superior a la mayor de las unidades posibles de instalar

El análisis de la cantidad demandada proyectada tiene tanto interés como la distribución geográfica del mercado, muchas veces esta variable conducirá a seleccionar distintos tamaños, dependiendo de la decisión respecto a definir una o varias fábricas, de tamaño igual o diferente, en distintos lugares y con un número de turnos que podrían variar entre ellos. (Sapag, 2000, pág. 172).

- **Disponibilidad de los insumos**

De acuerdo a (Sapag, 2000, pág. 172), la disponibilidad de los insumos tanto humanos como materiales y financieros, es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto, los insumos podrían no estar disponibles en la cantidad y calidad deseada, limitando la capacidad de uso del proyecto o aumentando los costos del abastecimiento, pudiendo incluso hacer recomendable el abandono de la idea que lo originó.

Partiendo de esto, se analizará el tamaño del proyecto con los siguientes factores según (Urbina G. B., 2001, págs. 96-97).

El tamaño del proyecto y los suministros. Para entender que este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto, se deberá, de listar todos los proveedores de las materias primas e insumos y se anotarán los alcances de cada uno para suministrar de materia prima necesaria. En caso de que el abasto no sea totalmente seguro se recomienda buscar en el extranjero dicha provisión, cambiar la tecnología, en caso de que se del proyecto o en caso de su abandono por no ser factible.

El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos. Hay ciertos procesos o técnicas de producción que exigen una escala mínima para ser aplicable, ya que, por debajo de ciertos niveles, los costos serían tan elevados que no se justificaría la operación de la planta. Las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirían a su vez en las relaciones entre tamaño inversiones y costo de producción

El tamaño del proyecto y el financiamiento. Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta el tamaño mínimo, es claro que la realización del proyecto es imposible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares es preferible escoger aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca de ser posible los menores costos y un alto rendimiento de capital.

El tamaño del proyecto y la organización. Cuando se haya determinado el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que cuente con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa en cada uno de los niveles.

- **Localización**

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario. El objetivo general de este punto es por supuesto determinar el sitio donde se instalará el negocio. (Urbina G. B., 2001, págs. 98-99).

Mientras más lejos este de las fuentes de insumos, más alto será el costo de su abastecimiento, produciendo en una economía de escala; es decir mientras más aumente el nivel de operación, mayor será el costo unitario de los insumos. Su objetivo es más general que la ubicación por sí mismo; es elegir aquella que permita mayores ganancias entre las alternativas que se considere factible.

- **Factores económicos y legales**

Para que una empresa inicie con sus actividades deberá contar con los respectivos permisos de funcionamiento a los diferentes entes reguladores los cuales se detallan a continuación:

Patente Municipal

- ✓ Inscripción en el SRI

- ✓ Firma de acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos
- ✓ Copia de cédula, papeleta de votación, y factura de servicio básico.

Licencia de actividades económicas (LUAE)

- ✓ Completar el formulario de solicitud
- ✓ Pago de la patente municipal (comprobante de pago)
- ✓ Copia de cédula, papeleta de votación, factura de un servicio básico, y una foto anexada del rótulo del negocio.

Permiso de Funcionamiento del ministerio del Interior (Permisos Anuales)

- ✓ Debes estar registrado en el sistema como usuario del PAF
- ✓ Adjuntar documentos como la Patente y LAUE
- ✓ Una vez recibida la notificación se debe realizar el pago en el Banco Pichincha
- ✓ Una vez efectuado el pago, se imprime el permiso anual de funcionamiento.

Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de regulación, control y vigilancia Sanitaria.

- ✓ Ingresar al portal del ARCSA y crear el usuario y contraseña del sistema
- ✓ Llenar todos los campos seleccionados
- ✓ Una vez cumplido con todos los requerimientos y una vez de haber transcurrido 24 horas de la declaración se debe realizar el pago en el Ban Ecuador
- ✓ Al cabo de 48 horas, revisa el portal y obtiene el permiso de funcionamiento.

Registro de alimentos y bebidas en el Ministerio de Turismo

- ✓ Registro único de contribuyentes
- ✓ Cedula de Identidad
- ✓ Papeleta de votación
- ✓ Copia de contrato de compra y venta del establecimiento con autorización para usar el nombre comercial.

- ✓ Certificado del Instituto ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- ✓ Lista de Servicios Ofertados
- ✓ Declaración de activos fijos
- **Plan Estratégico Comercial**

Para Sapag (2000), la estrategia comercial que se defina para el proyecto deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente de la composición del flujo de caja del proyecto, tales decisiones se refieren al producto, precio, promoción y distribución.

Al estudiar el mercado de un proyecto es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación, tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir la estrategia comercial. Estos elementos son cinco; proveedor, competidor, distribuidor, consumidor, y externos. (Sapag, 2000, pág. 53)

Capacidades de Planta

Capacidad Instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, se mide en el número de unidades producidas en un determinado periodo, para su cálculo se considera los 365 días del año, laborando las 24 horas del día, salvo que las especificaciones técnicas digan lo contrario. (Pasaca, 2017, pág. 56)

Capacidad Utilizada

De acuerdo a Pasaca (2017) constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo de tiempo, en proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de haber transcurrido medio

periodo de vida de la empresa la capacidad se estabiliza. Para su cálculo se considera las jornadas laborales de ley, 5 días de la semana y durante 52 semanas.

Capacidad Financiera

Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante el analizar las condiciones financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero. Cuando no es posible conseguir el financiamiento total para la inversión, si la situación lo permite, la fase de implementación se lo haría por etapas. (Pasaca, 2017, pág. 57).

Capacidad Administrativa

De acuerdo a Pasaca (2017) menciona que al igual que en el campo financiero, debe tenerse en claro el panorama respecto a que si para la nueva unidad se cuenta o se puede conseguir fácilmente el talento humano, que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma.

Localización del proyecto

Es ubicar geográficamente el lugar en donde se implementará la nueva unidad de negocio analizando varios aspectos fundamentales como son:

Macro localización

Se la define como la selección de la región o territorio en donde se ubicará el proyecto.

Micro localización

Es la selección de un sitio específico que se encuentra en el área geográfica donde se establecerá la empresa para dar inicio a la ejecución de sus actividades. (Rodríguez, 2020, pág. 121)

Factores que determinan la localización de un proyecto

De acuerdo a Sapag Chain (2000), entre los factores que pueden influir en la localización se encuentra:

- ✓ Medios y costos de Transporte
- ✓ Disponibilidad y costo de mano de obra
- ✓ Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- ✓ Factores Ambientales
- ✓ Costo y disponibilidad de los terrenos
- ✓ Comunicaciones
- ✓ Disponibilidad de energía, agua y otros insumos.

Ingeniería del proyecto

Se trata de resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, que va desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de la organización que tendrá la nueva unidad de negocio. (Urbina B. , 2014, pág. 112)

4.6. Estudio Administrativo y Legal

Comprende el estudio y diseño de aspectos como las jerarquías, funciones, responsabilidades, obligaciones, comunicación, toma de decisiones, entre otros, es decir cuestiones relacionadas con la actividad de las personas que hacen funcionar la compañía y su interacción con el ambiente, todo ello con la finalidad de optimizar tiempos y recurso de la empresa. (Montelongo, 2007, pág. 95)

La constitución de una empresa se lo puede hacer acorde a la ley de compañías, ya sea una sociedad anónima o de responsabilidad limitada, o simplemente de responsabilidad unipersonal.

Para conformar una empresa ya sea de sociedad anónima, de responsabilidad limitada o unipersonal, de acuerdo a ley, se debe regir de acuerdo a la normativa tal y como lo establece la ley de compañías.

Constitución de una compañía de responsabilidad limitada

De su constitución

Art. 92. La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente 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. Ley de compañías (2023)

Art.93. La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

De la conformación de una empresa unipersonal.

Art.95. La compañía no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de 15; si excediese de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. Ley de compañías (2023)

De las personas que quieren asociarse

Art.98. Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, se requiere de capacidad civil para contratar.

Del capital

Art.102. El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de compañías y valores. Está dividido en participaciones en la forma que señale el Superintendente de Compañías y valores.

- Al constituirse la compañía, el capital estará completamente suscrito y pagado por lo menos el cincuenta por ciento de cada participación. Ley de compañías (2023)

De los derechos y obligaciones de los socios

Art.114. El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercicio, siempre que no se opongan a las disposiciones legales.

De la administración

Art.116. La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos. Es el órgano supremo de la compañía, la junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social.

1.1.1. Estructura organizativa

Filosofía Empresarial

La filosofía empresarial es un concepto amplio que abarca las creencias, valores y principios fundamentales que guían el comportamiento y las decisiones de una empresa.

Misión: La misión es el propósito de una empresa y describe por qué existe y que es lo que quiere lograr, la misión es una guía para tomar decisiones y establecer metas, objetivos a corto y largo plazo. Urbina (2001)

Visión: Es una declaración clara y concisa que describe el objetivo y el propósito a largo plazo de una empresa. Es una guía para tomar decisiones y establecer metas y objetivos. Urbina (2001).

Valores: Son los principios y creencias que guían la cultura y el comportamiento de una empresa. Son importantes porque ayudan a determinar cómo se toman decisiones y cómo se trata a los clientes, empleados y socios. Urbina (2001)

- **Organigramas**

Organigrama Estructural

Es una representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa en donde se visualiza y se conoce los distintos niveles que existen en la organización. Pasaca (2017)

Organigrama Funcional

Es aquel que especifica la relación de autoridad y dependencia de cada uno de los elementos administrativos y también especifica las funciones que tienen que cumplir en cada uno de los puestos. (Pasaca, 2017, pág. 78)

Organigrama Posicional

Amaru (2008), menciona que “es la forma más sencilla” ya que es ahí en donde van ubicados los nombres de cada una de las personas que ocuparán dicho puesto. (p.78). Además, en este organigrama es opcional especificar la remuneración del puesto y el nombre de la persona que ocupa el cargo.

Manual de funciones

“Es un documento que sirve para la gestión empresarial donde se describe y establecen las funciones básicas y específicas, incluyendo las relaciones de autoridad, dependencia y coordinación, además de los requisitos de los cargos de trabajo”. (Sevilla, 2017, pág. 16)

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación interna)
- Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo

De acuerdo a Pasaca (2017), “Hace referencia a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo, el mismo que permite operativizar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial”.

- Tareas principales y secundarias

- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto”. (Pasaca, 2017, pág. 73)

4.7. Estudio Financiero

Mediante esta herramienta se cuantifican las necesidades financieras y los recursos que requiere el proyecto para funcionar de manera adecuada, los cuales se muestran por medio de los activos que se registran contablemente:

Aquí intervienen varios elementos como son: costo total de operación, costos de producción, gastos de administración, gastos de venta, y gastos financieros.

Inversiones

Según Córdoba (2012), “comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar el capital de trabajo” (p.191)

Activos Fijos

Según Pasaca (2017), “Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso productivo o son complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre esta clase de activos están los terrenos, obras físicas, equipamiento, de planta.” (p.76).

Activos Diferidos

Los activos diferidos están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc. (Padilla, 2013, pág. 222).

Activos Circulantes

También conocido como capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital

adicional necesario para que funcione una empresa, es decir los medios financieros necesarios para la producción, como: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar entre otros, los mismos que son proyectables. . (Córdoba, 2012, pág. 192)

Financiamiento

Pasaca (2017) menciona que existen dos tipos de financiamiento como son:

Fuente interna: constituida por el aporte de los socios

Fuente externa: constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

Presupuestos

De acuerdo a Córdoba (2012), para elaborar los presupuestos se debe partir del estudio de mercado, estudio técnico, la organización del proyecto, las políticas financieras y de los precios de los productos o servicios que se pondrá a disposición del mercado.

El presupuesto de costo total de operación está compuesto de los siguientes costos:

Costos de producción

Son los costos que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados, dentro de este costo intervienen elementos esenciales como; materia prima directa e indirecta, mano de obra directa e indirecta y gastos indirectos de fabricación.

Costo Operacional

Es aquel que comprende todos los gastos en el que la empresa incurre para llevar a cabo sus operaciones empresariales y este se clasifica en; gastos administrativos, gastos de venta, gastos financieros y otros gastos no especificados.

Costos fijos

Aquellos costos cuyo total permanece constante en un nivel relevante de producción, mientras que el costo unitario varía con la producción, son aquellos que incluyen los siguientes aspectos: arriendos, suministros, herramientas, impuestos diferentes al de renta, seguros,

deducciones tributarias, gastos del personal que correspondan al concepto de costo fijo, etc.; o sea, costos que en el corto plazo no cambiarán por modificaciones en el volumen de producción. Sampieri (2012)

Costos Variables

Son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, en tanto que el costo unitario permanece constante. Dentro de los mismos están; el costo total de materia prima, insumos y servicios, de mano de obra directa, de empaques; las comisiones de ventas, gastos de transporte, etc.; o sea, todos aquellos que en el corto plazo cambian por modificaciones en el volumen de producción Pasaca (2017)

Punto de equilibrio

Como menciona Pasaca (2017) el punto de equilibrio permite combinar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de producción lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones.

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

- Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción sobre las ventas, los costos, las utilidades.
- Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.
- Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Punto de equilibrio en unidades

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

Donde:

PE= Punto de equilibrio

CF= Costo fijo

PVu= Precio de Venta unitario

CVu= Costo Variable unitario

Punto de equilibrio en ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

Donde:

PE= Punto de equilibrio

CF= Costo fijo

1= Constante Matemática

CVT= Costo Variable Total

VT= Ventas Totales

Punto de equilibrio en capacidad

$$PE \% = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

Donde:

PE= Punto de equilibrio

CF= Costo fijo

CVT= Costo Variable Total

VT= Ventas Totales

Estados financieros

Estado de resultados

El estado de resultados es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros por la administración de una empresa durante un periodo determinado, así mismo hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros. (Jaime, 2011, pág. 92).

Flujo de caja

“Representa la diferencia en los ingresos y los egresos, el flujo de caja incide directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activo” (Pasaca, 2017, pág. 109).

4.7.1. Evaluación financiera

“Describe los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación para mostrar la aplicación práctica de ambos” (Urbina B. , 2014, pág. 57).

Valor Actual Neto (VAN)

Según Pasaca (2017), representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad. Los valores obtenidos en el flujo de caja, se convierten en valores actuales, mediante la fórmula.

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión Inicial}$$

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de las inversiones en términos de poder adquisitivo. (p.112)

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR constituye la tasa de rendimiento que oferta el proyecto, se la considera también la tasa de interés que podría pagarse por un crédito que financie la inversión. Utilizando la TIR,

como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es $>$ que el costo de oportunidad o del capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es $=$ que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es $<$ que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

(Pasaca, 2017, pág. 115) menciona que para calcular la Tasa Interna de Retorno se debe aplicar la siguiente fórmula

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{DT} \left(\frac{\text{VAN Tm}}{\text{VAN Tm} - \text{VAN TM}} \right)$$

Donde:

TIR= Tasa Interna de Retorno

Tm=Tasa menor de descuento para actualización

DT= Diferencia de Tasas

VAN Tm= Valor Actual a la tasa menor

VAN TM= Valor Actual a la tasa mayor

Periodo de Recuperación del capital

El periodo de recuperación de capital permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de inversión. Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro y aún con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo. (Pasaca, 2017, págs. 122-123)

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{PRC} = \text{ASI} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{FASI}}{\text{FNASI}} \right)$$

Donde:

ASI=Año que supera la inversión

FASI= Sumatoria de flujos que hasta el año que supera la inversión

FNASI= Flujo neto del año que supera la inversión

Relación Beneficio Costo

Pasaca (2017)menciona que la relación beneficio-costos permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

- Si la relación ingresos / egresos es = 1 el proyecto es indiferente.
- Si la relación ingresos / egresos es >1 el proyecto es rentable.
- Si la relación ingresos / egresos es < 1 el proyecto no es rentable.

La fórmula es la siguiente:

$$\text{RBC} = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} \right) - 1$$

Análisis de Sensibilidad

De acuerdo a Pasaca (2017), menciona que la finalidad del análisis de sensibilidad, es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el proyecto es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto

5. Metodología

Para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad se realizó un estudio descriptivo analizando las características del mercado en este caso de la zona urbana de la ciudad de Saraguro en edades comprendidas de los 15 a 45 años de edad. La metodología que se implementó dentro del proyecto permitió desarrollar de mejor forma cada uno de los 4 estudios.

Para lo cual se aplicó la siguiente metodología:

Método de la investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó el método inductivo, el cual parte de lo particular a lo general, ya que se tomó como referencia una muestra que representó la población total, todo ello con la finalidad de conocer si el producto tendrá acogida o no por parte del segmento escogido. Así el estudio de factibilidad contiene cinco estudios (mercado, técnico, administrativo, económico y financiero), los cuales a partir de su estudio general ayudaron a determinar si será viable o no la implementación de la unidad de negocio.

Tipo de investigación

Es de tipo exploratoria descriptiva.

- **Investigación Exploratoria:** Se aplicó este tipo de investigación porque se desconoce el mercado para la comida rápida, así mismo no se tienen conocimientos del dinero que se requerirá para la implementación del mismo.

- **Investigación Descriptiva:** Se utilizó para poder identificar rasgos, tendencias y clasificaciones, es decir los gustos, preferencias del mercado y traducir en los productos que satisfagan dicha necesidad. Así mismo para detallar los requerimientos del proceso productivo y demás recursos para el proyecto.

Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación fue de tipo cuantitativo y enfoque cualitativo.

- **Enfoque Cualitativo:** Es decir, se analizó gustos, preferencias en torno al nuevo producto en el mercado.
- **Enfoque Cuantitativo:** A partir de la investigación de mercado los datos numéricos que se obtuvieron de los resultados de las encuestas, se pudo tabular y realizar interpretaciones que permitieron un mejor desarrollo del presente trabajo.

Técnicas

Para poder recopilar la información que permitan obtener un proyecto de calidad se utilizó las siguientes técnicas:

- **Revisión Bibliográfica**

Comprende todas las actividades relacionadas con la búsqueda de información escrita sobre temas relacionados, con el objeto de sistematizar los diferentes conceptos, esta técnica fue fundamental para la elaboración y formulación del marco teórico.

- **Observación**

Esta técnica permitió observar a los diferentes establecimientos que se dedican a la venta de comida rápida, con el fin de poder determinar las oportunidades que se tiene en torno a sus debilidades y también se pudo conocer los costos de los recursos humanos, materiales y tecnológicos que ofrecen los proveedores, con la finalidad de poder recabar información para el cálculo de demandas. (potencial, real, efectiva).

- **Encuestas**

Este instrumento se lo aplicó a la población objetivo de la zona urbana de la ciudad de Saraguro en edades de 15 a 45 años de edad, para conocer las percepciones, gustos y preferencias acerca de la comida rápida, además por medio de la misma determinar la necesidad insatisfecha entorno a la creación de un restaurante de comida rápida.

Población

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el año 2010 la población urbana del cantón Saraguro fue de 9045 habitantes en edades comprendidas entre 15 y 45 años, la misma posee un crecimiento poblacional del 0,7%, a partir de esos datos se proyecta dando como resultado que para el año 2023 la población es de 9903 habitantes, siendo esta la población específica de estudio, de esta forma esto permitirá la realización del estudio de mercado, técnico y financiero.

Para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 9045 (1 + 0,7\%)^{13}$$

$$Pf = 9.903 \text{ habitantes}$$

Muestra: El segmento de población escogido será de 9.903 habitantes, posteriormente para la obtención de la cantidad exacta se aplicó la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{9.903 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{[(9.903 - 1) * 0,05^2] + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{9.510}{26}$$

$$n = 367$$

Se concluyó que la muestra son 367 personas de la zona urbana de la ciudad de Saraguro, comprendidas en edad de 15 a 45 años.

Procedimiento

Para dar cumplimiento a los objetivos se procedió de la siguiente manera:

Para realizar el estudio de mercado con la finalidad de conocer la demanda y oferta se aplicó encuestas tanto a los posibles demandantes y oferentes de la ciudad de Saraguro, así mismo para el estudio técnico se determinó, la ubicación del proyecto mediante la macro y micro localización, para el estudio administrativo, se elaboró los respectivos organigramas acompañados de sus respectivos manuales de funciones en los cuales se presenta la estructura organizacional de la empresa y las funciones que deberá cumplir cada uno de sus involucrados, que permita una correcta distribución, para la realización de la ingeniería del proyecto se realizó un flujograma de procesos se delimitará los tiempos y movimientos del proceso de producción, así mismo un cuadro en donde se representó la distribución de la planta

Finalmente, para la ejecución del estudio financiero se delimitó el cálculo de los activos fijos, diferido y circulantes, para poder luego determinar el costos total de producción y la inversión final del proyecto, así mismo a partir de los costos se fijó el costo de venta al público, tomando como referencia un margen de utilidad, para finalmente determinar los ingresos totales, se elaboró el estado de pérdidas y ganancias, tomando los datos de los ingreso y egresos, con la finalidad de visualizar como crece le margen de ganancias al aumentar o reducir los gastos, así mismo para la determinación del punto de equilibrio se lo hizo en función de las ventas y en función de la producción.

Para determinar la evaluación financiera, se realizó el cálculo tanto de valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costos y el periodo de recuperación del capital, todo este procedimiento se lo aplicó tomando como referencia al marco teórico ya que el mismo sustenta todos los elementos que fueron tomados para la realización del presente trabajo.

6. Resultados

En el presente apartado se da a conocer los resultados de la investigación de mercado realizada a la población urbana de la ciudad de Saraguro, en edades comprendidas entre los 15 y 45 años de edad, los cuales fueron debidamente tabulados, representados de manera gráfica y posteriormente analizados e interpretados para mejor comprensión, con la finalidad de que estos resultados sirva para poder determinar la factibilidad de la implementación de un restaurante de comida rápida en dicha localidad.

1. Indique su género

Tabla 1

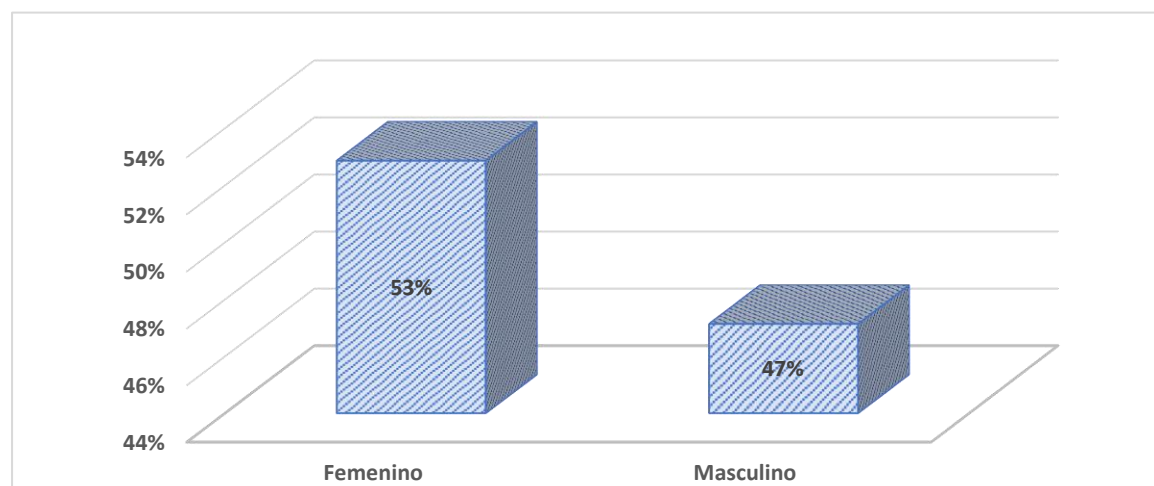
Sexo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	194	53%
Masculino	173	47%
TOTAL	367	100%

Nota. Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana de la ciudad Saraguro

Figura 2

Género



Nota: La presente figura muestra las cifras como resultado de la investigación de mercado aplicada a los habitantes de la ciudad de Saraguro.

Análisis e Interpretación

El género se refiere a los roles, características y oportunidades definidos para la sociedad, es decir es la conceptualización de nuestra identidad, en este sentido tomando como referencia las personas del centro urbano de Saraguro en edades comprendidas de 15 a 45 años de edad se obtuvo que, el 53% de la población es femenina y el 47 % restante es masculino, por lo tanto, se tiene que la mayoría de la población que frecuenta a lugares de comida rápida son las mujeres.

2. ¿Indique cuál es su edad?

Tabla 2

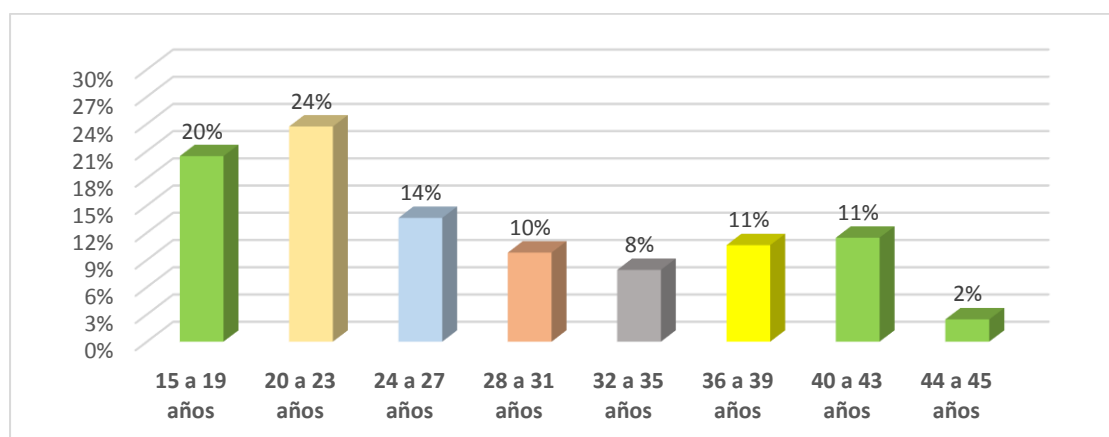
Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15 a 19 años	75	20%
20 a 23 años	87	24%
24 a 27 años	50	14%
28 a 31 años	36	10%
32 a 35 años	29	8%
36 a 39 años	39	11%
40 a 43 años	42	11%
44 a 45 años	9	2%
Total	367	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Saraguro

Figura 3

Edad



Nota: La presente figura muestra las edades resultado de la Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Saraguro

Análisis e Interpretación

La edad es el lapso de tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento de referencia, en este caso de la población objetivo se obtuvieron los siguientes resultados: el 20% son de edad comprendida entre los 15 a 19 años, el 24% de la población tiene edad comprendida entre los 20 a 23 años, el 14% poseen una edad comprendida entre 24 a 27 años, así mismo el 10% poseen una edad comprendida entre los 28 a 31 años de edad, el 8% poseen edades comprendidas entre los 32 a los 35 años, mientras que el 11% corresponde a edades entre 36 a 39 años, de igual forma el 11% tienen edades entre 40 a 43 años, finalmente el 2% poseen edades entre los 44 a 45 años.

El objetivo de esta pregunta es conocer la edad del segmento para de esta manera tener una idea de los gustos y preferencias de los mismos, esto quiere decir que, la mayor parte de la población que participó de esta investigación es la que tiene entre los 20 a 23 años de edad.

3. ¿Consume comida rápida?

Tabla 3

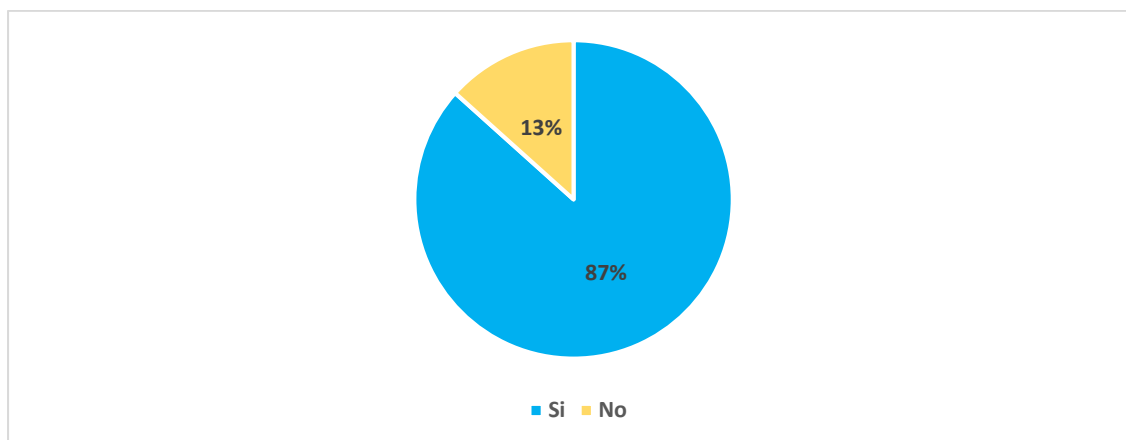
Consumo de comida rápida

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	318	87%
No	49	13%
Total	367	100%

Nota: Investigación de Mercado realizada a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Saraguro

Figura 4

Consumo de comida rápida



Nota: La presente figura muestra el consumo de comida rápida de los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Saraguro.

Análisis e Interpretación

La comida rápida es aquella que se caracteriza por prepararse, servirse y consumirse con rapidez, además de ello por ser económica, en este sentido, de acuerdo a los resultados se obtuvo que el 87% de la población de estudio, si consume comida rápida, mientras que el 13% restante mencionan que no consumen comida rápida, debido a que la consideran una comida muy poco saludable.

4. ¿Indique la cantidad que compra de cada producto señalado?

Tabla 4

Cantidad de compra de comida rápida

Cantidad de Hot dogs						
Detalle	VARIABLES	Frecuencia	Xm	f(xm)	Porcentaje	Consumo anual
	1 a 2	154	2	308	54%	3696
Mensual	3 a 4	87	5,5	478	31%	5742
	5 a 6	25	9,5	237	9%	2850
Subtotal	7 a 8	19	13,5	256	7%	3078
		285		1280	100%	15.366
Consumo promedio anual por persona				4		48

Cantidad de Salchipapas

Variable	Cantidad	Frecuencia	Xm	f(xm)	Porcentaje	Consumo anual
Mensual	1 a 2	55	2	110	19%	1.320
	3 a 4	86	5,5	473	29%	5.676
	5 a 6	105	9,5	997,5	36%	11.970
	7 a 8	49	13,5	661,5	17%	7.938
Subtotal		295		2242	100%	26.904
Consumo promedio anual por persona				7		84

Cantidad de Hamburguesas

Variables	Cantidad	Frecuencia	Xm	f(xm)	Porcentaje	Consumo anual
Mensual	1 a 2	189	2	378	72%	4.536
	3 a 4	52	5,5	286	20%	3.432
	5 a 6	12	9,5	114	5%	1.368
	7 a 8	11	13,5	148,5	4%	1.782
Subtotal		264		926,5	100%	11.118
Consumo promedio anual por persona				4		48

Cantidad de Pizzas

Variabes	Cantidad	Frecuencia	Xm	f(xm)	Porcentaje	Consumo anual
Mensual	1 a 2	215	2	430	81%	5.160
	3 a 4	27	5,5	148,5	10%	1.782
	5 a 6	16	9,5	152	6%	1.824
	7 a 8	8	3,5	108	3%	1.296
Subtotal		266		838,5	100%	10.062
Consumo promedio anual por persona				3		36

Cantidad de Papas fritas con pollo

Variable	Cantidad	Frecuencia	Xm	F(xm)	Porcentaje	Consumo Anual
Mensual	1 a 2	43	2	86	14%	1.032
	3 a 4	85	5,5	467,5	28%	5.61
	5 a 6	130	9,5	123,5	43%	14.820
	7 a 8	45	13,5	607,5	15%	7.290
Subtotal		303		2396	100%	28.752
Consumo promedio anual por persona				7		84

Nota: Investigación de Mercado realizadas a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Saraguro.

Tabla 5

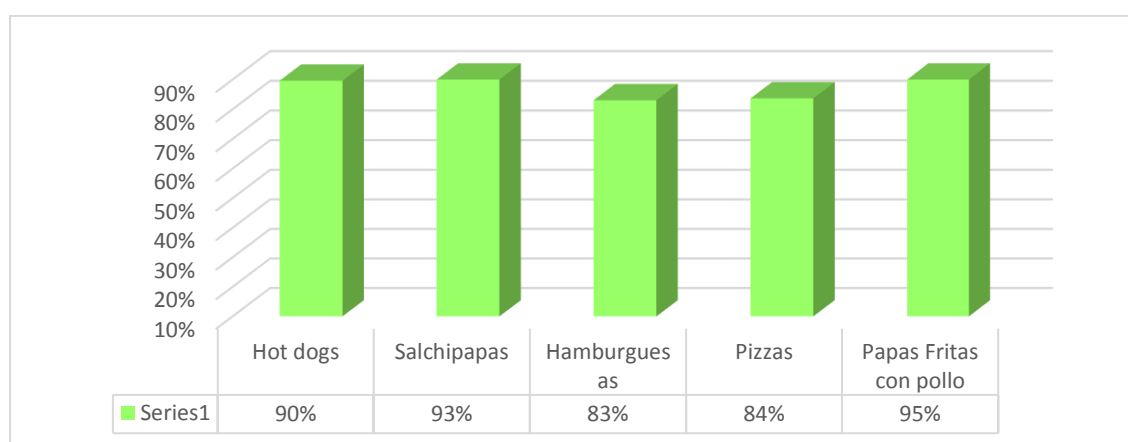
Cantidad de consumo de comida rápida

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hot dogs	285	90%
Salchipapas	295	93%
Hamburguesas	264	83%
Pizzas	266	84%
Papas Fritas con pollo	303	95%

Nota: Información tomada de la Tabla N°4

Figura 5

Cantidad total de consumo de comida rápida



Nota: La presente figura muestra la cantidad de consumo de comida rápida de los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro

Análisis e Interpretación

La cantidad de consumo es aquella que se relaciona con la cantidad de bienes o servicios que son adquiridos por la sociedad para la satisfacción de una necesidad, en este caso de la comida rápida. De los resultados se obtuvo que del total de la población que si consume comida rápida el 90% consume hot dogs, el 93% prefieren las salchipapas, mientras que el 83% consume hamburguesas, por otra parte, el 84% consume pizzas, y el 95% de dicha población consumen papas fritas con pollo.

Para el cálculo del promedio consumo se utiliza la siguiente fórmula del promedio

consumo $X = \frac{\sum(Xm.F)}{n}$ dando como resultado:

Tal como se detalla a continuación:

$$X = \frac{\sum(Xm.F)}{n}$$

$$X = \frac{\sum 1280}{285}$$

$$X = 4 \text{ Hot dogs}$$

Consumo promedio anual de hot dogs: 48 unidades

Consumo promedio anual de salchipapas: 84 unidades

Consumo promedio de hamburguesas: 48 unidades

Consumo promedio anual de pizzas: 36 unidades

Consumo promedio de Papas fritas con pollo: 84 unidades

El objetivo de esta pregunta es determinar la cantidad de comida rápida que consume el segmento escogido, es decir conocer la demanda real de cada uno de los productos y con ello también calcular el consumo promedio de los mismos, es decir un estimado de la compra de los productos al año.

5. ¿Indique el precio que paga por cada producto señalado?

Tabla 6

Precios por producto de comida rápida

PRECIO HOT DOGS		
Precio	Frecuencia	Porcentaje
(\$1,00 - \$2,00)	73	26%
(\$3,00 - \$4,00)	212	74%
TOTAL	285	100%

PRECIO SALCHIPAPA		
Precio	Frecuencia	Porcentaje
(\$1,00 - \$2,00)	231	78%
(\$3,00 - \$4,00)	64	22%

TOTAL	295	100%
PRECIO HAMBURGUESA		
Precio	Frecuencia	Porcentaje
(\$1,00 - \$2,00)	52	20%
(\$3,00 - \$4,00)	185	70%
\$4,00 a \$5,00	27	10%
TOTAL	264	100%
PRECIO PIZZA		
Precio	Frecuencia	Porcentaje
(\$1,00 - \$2,00)	200	75%
(\$3,00 - \$4,00)	47	18%
Precio	Frecuencia	Porcentaje
\$4,00 a \$5,00	19	7%
TOTAL	266	100%
PRECIO PAPAS FRITAS CON POLLO		
Precio	Frecuencia	Porcentaje
(\$1,00 - \$2,00)	212	70%
(\$3,00 - \$4,00)	91	30%
TOTAL	303	100%

Nota: Investigación de Mercado realizadas a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Saraguro

Análisis e Interpretación

El precio es el dinero que el consumidor debe pagar para la obtención de un determinado bien o servicio, en este caso de la comida rápida. En los resultados de la investigación de mercado se obtuvo: del 100% que consume hot dogs el 26% paga por un hot dogs simple \$1,00 a \$2,00; mientras que el 74% paga entre \$3,00 a \$4,00 por un hot dogs mixto, ya sea con doble salchicha, con bebida o que el mismo contenga una porción de papas fritas. Por otra parte, del 100% de los que consumen salchipapa, el 78% paga un valor entre \$1,00 a \$2,00 por una salchipapa simple, mientras que el 22% paga de \$3,00 y \$4,00 por una salchipapa con doble porción de papa o que incluya doble salchicha o una bebida.

En cuanto al precio que se paga por una hamburguesa del 100% que compra, el 20% indica que paga un valor entre \$1,00 a \$2,00 por una hamburguesa simple y el 70% menciona que paga entre \$3,00 a \$4,00 por una hamburguesa ya sea con doble carne o una hamburguesa

vegetariana, y por otro lado el 10% señala que paga de \$4,00 a \$5,00 dólares por un hamburguesa especial que incluya bebida y una porción de papas. En cambio según los consumidores de pizza el 75% alude que paga un valor entre \$1,00 a \$ 2,00 por una porción de pizza y el 18% insinúan que pagan un valor entre \$3,00 a \$4,00 por una porción de pizza que incluye bebida y el 7% menciona que paga entre \$4,00 a \$5,00 dólares por una pizza mediana de jamón y queso. Finalmente, de los consumidores de la papa con pollo el 70% paga un valor entre (\$1,00 a \$2,00), mientras que el 30% cancela un valor entre \$3,00 a \$4,00 por una que incluye otra porción de papas y una bebida.

El objetivo de esta pregunta es poder conocer los precios que posee el mercado ofertante en torno a cada uno de los productos, y con ello tener una base referencial para poder determinar los costos y el precio de los productos que va a ofrecerse en el restaurante.

6. ¿Dónde adquiere estos productos? Seleccione una respuesta

Tabla 7

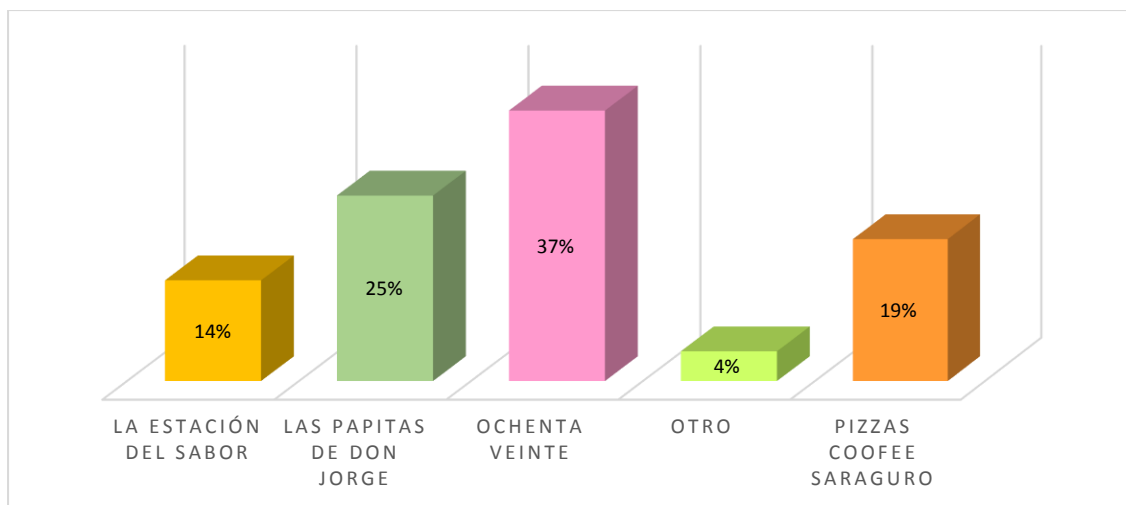
Lugar de adquisición de comida rápida

Variable	Frecuencia	Porcentaje
La estación del Sabor	44	14%
Las papitas de don Jorge	81	25%
Ochenta veinte	118	37%
Otro	13	4%
Pizza - Coffe Saraguros	62	19%
Total	318	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Saraguro

Figura 6

Lugar de adquisición de la comida rápida



Nota: La presente figura muestra los lugares donde se efectúa el consumo de comida rápida por parte del segmento escogido.

Análisis e Interpretación

El lugar de adquisición son los establecimientos en donde la materia prima es transformada para entregar un producto terminado directamente al consumidor, en este caso referente a la comida rápida. De acuerdo a los resultados el 14 % realizan el consumo en la estación del sabor, el 25% adquiere en “Las papitas de don Jorge”, el 37% compra en el restaurante Ochenta Veinte, por otra parte, el 4% lo hace en otros restaurantes que también expende papas fritas y el 19% restante lo hace en las Pizza - Coffe Saraguros.

Estos resultados indican que el lugar que más acogida tiene por parte del mercado es el restaurante ochenta veinte, por ende, vendría a ser la competencia más fuerte en torno a la venta de comida rápida.

7. ¿Cómo calificaría la comida rápida que consume?

Tabla 8

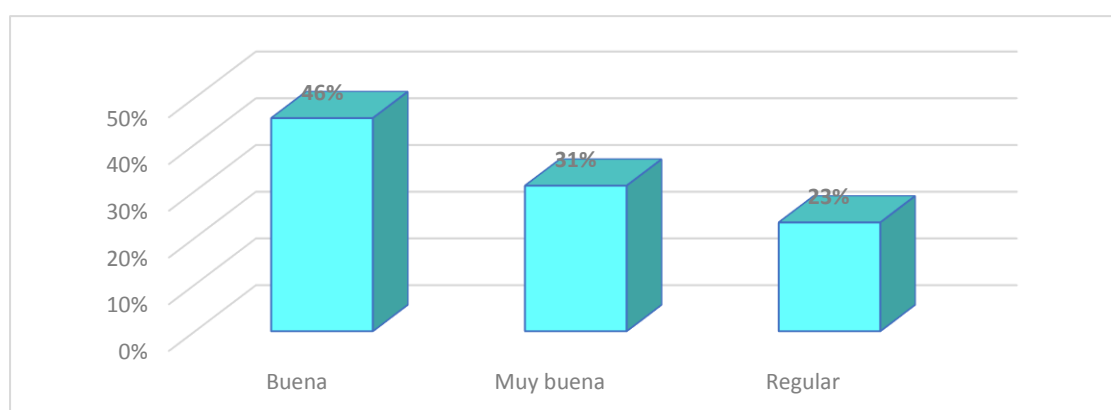
Calificación de la comida rápida

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Buena	145	46%
Muy buena	99	31%
Regular	74	23%
Total	318	100%

Nota: Encuestas realizadas a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro

Figura 7

Clasificación de la comida rápida



Nota: La presente figura muestra la calificación respecto al consumo de la comida rápida por parte del segmento escogido

Análisis e Interpretación

Otorgar una calificación es recoger y agrupar las opiniones de los consumidores sobre un determinado producto o servicio, en este aspecto referente a productos de comida rápida. El 46% considera que la comida rápida es buena, el 31% menciona que es muy buena y el 23% restante señaló que es regular.

Por lo tanto, se evidencia que la comida rápida que se expende en la ciudad de Saraguro es buena esto permite que al momento de la creación del restaurante se expenda productos de igual o mejor calificación para los consumidores.

8. ¿En qué se fija al momento de comprar la comida rápida? Seleccione una respuesta

Tabla 9

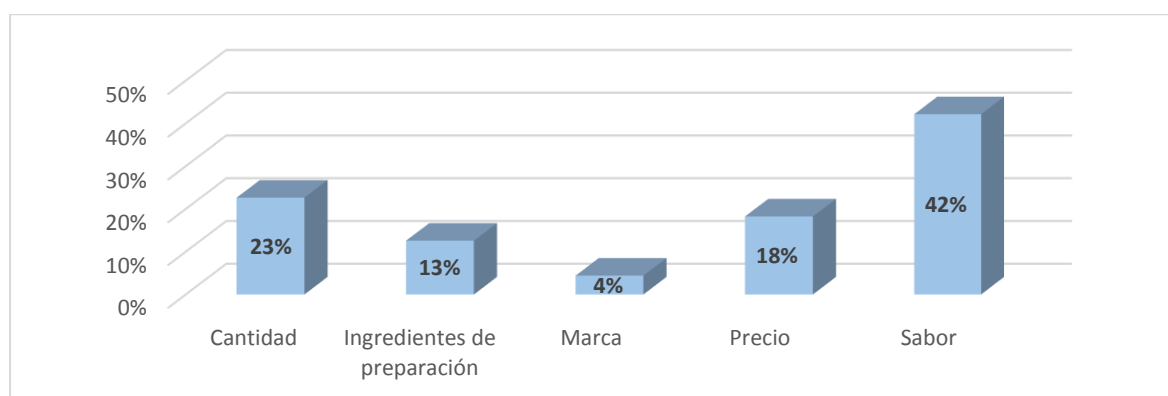
Aspectos para comprar comida rápida

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cantidad	72	23%
Ingredientes de preparación	40	13%
Marca	14	4%
Precio	58	18%
Sabor	134	42%
Total	318	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Saraguro

Figura 8

Aspectos para comprar comida rápida



Nota: La presente figura muestra los aspectos en los que se fijan al momento de comprar comida rápida por parte del segmento escogido.

Análisis e Interpretación

Los factores que inciden en la decisión de compra son aquellas características que los consumidores buscan en algún producto o servicio para adquirirlo y con ello satisfacer su necesidad, en este caso los aspectos que se fijan al momento de comprar la comida rápida, de los resultados que se obtuvo es que: el 42% valora el sabor que posee la comida rápida, el 23% determina importante la cantidad de producto ofrecido, el 18% señala que lo importante es el valor económico del producto, el 13% mira los ingredientes de preparación, y finalmente el 4% observa la marca al momento de realizar la compra de los productos.

Todo ello permite conocer que, al momento de ofrecer los diferentes productos relacionados a la comida rápida, se los ofrezca con un excelente sabor, sin dejar de lado los otros aspectos ya que también son fundamentales al momento de la adquisición de la comida rápida.

9. ¿Qué busca en un local de comida rápida al momento de ir a comer? Seleccione una respuesta

Tabla 10
Lo que busca en un restaurante para ir a comer

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	85	27%
Rapidez	45	14%
Higiene	76	24%
Precio	31	10%
Tiempo de entrega	54	17%
Buena atención	27	8%
Total	318	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro

Figura 9
Lo que busca en un restaurante al momento de ir a comprar



Nota: La presente figura muestra lo que buscan en un restaurante al momento de ir a consumir los productos, por parte del segmento escogido.

Análisis e Interpretación

Hacer sentir al consumidor satisfecho con lo que busca en torno a un producto o un servicio es fundamental, en este caso a un restaurante que ofrezca comida rápida. De acuerdo a los resultados obtenidos el 27% de los clientes alude que lo que buscan en un restaurante es la buena atención, el 24% que posee una buena higiene, el 17% busca una localización óptima del restaurante, el 14 % menciona que buscan comodidad, por otro lado, el 10% prefieren que tenga una infraestructura amplia, y el 8 % restante que tenga una variedad de productos.

El objetivo de esta pregunta es poder conocer los gustos y preferencias de los consumidores en torno a lo que buscan que ofrezca un restaurante, así mismo permite conocer que la atención al cliente es fundamental sin dejar de lado los otros aspectos que también son importante para garantizar el éxito de un negocio.

10. Si en la ciudad de Saraguro se creara un restaurante destinado a la venta de comida rápida, con los espacios adecuados, ¿compraría sus productos?

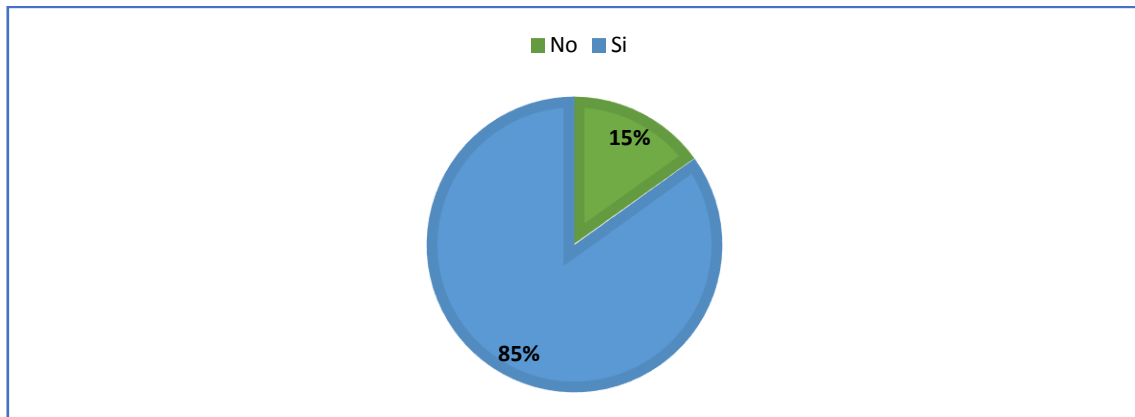
Tabla 11
Disposición de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	48	15%
Si	270	85%
Total	318	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro.

Figura 10

Disposición de compra



Nota: La presente figura muestra la disposición de compra que tendrán las personas al momento que se implemente la unidad de por parte del segmento escogido.

Análisis e Interpretación

La creación de una nueva empresa pretende lanzar sus operaciones tanto de producción y comercialización, en este caso de comida rápida, aprovechando las oportunidades del mercado analizando tanto, gustos como preferencias de los consumidores con la finalidad de obtener una retribución económica.

Según los resultados se obtuvo que el 85% si estarían dispuestos a ser clientes y comprar los productos, mientras que el 15% manifiesta que no estarían interesados en adquirir los productos. Por lo tanto, se puede evidenciar que si existiría un mercado al cual se pueda ofrecer los productos y por tanto garantice la creación de la nueva unidad productiva en la ciudad de Saraguro.

11. ¿Qué tipo de comida rápida le gustaría que se expendiera en el lugar? Seleccione una respuesta

Tabla 12*Comida Rápida que debe ser expendida en el lugar*

SALCHIPAPAS		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Salchipapa	71	26%
Salchihuevo	43	16%
Papipollo	69	26%
Choripapa	50	19%
Papicarne	37	14%
TOTAL	270	100%

HAMBURGUESA		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hamburguesa de pollo	66	24%
Hamburguesa vegetariana	46	17%
Hamburguesa clásica	71	26%
Hamburguesa especial	87	32%
TOTAL	270	100%

HOT DOGS		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hot dogs simple	157	58%
Hot dog mixto	113	42%
TOTAL	270	100%

PIZZAS		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hahuayana	101	37%
Jamón y queso	75	28%
Pepperoni	51	19%
Parrilla	43	16%
TOTAL	270	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos el 26% quieren que en el nuevo restaurante se expendan salchipapas, al igual que papi pollo con un 26%, chori papa con un 19%, y salchihuevo con un 16%. Dentro de la sección de hamburguesas el 32% quiere que se expendan hamburguesas especiales, el 26% hamburguesa clásica, y con el 24% hamburguesas de pollo, por otra parte referente a hot dogs el 58% prefiere que se expendan hot dogs simples, y el 42% hot dogs mixtos, finalmente lo relacionado a pizzas el 37% prefiere que se expendan pizza

hahuayana, el 28% que se expenda pizza de jamón de queso, el 19% pizza de pepperoni, y el 16% restante que se expenda pizza parrillera.

Esta pregunta tiene como objetivo recabar la información necesaria sobre los productos que podrían ser los más demandados en el restaurante y por ende tener una base de los productos que se deben producir en mayor cantidad, al momento crear el restaurante.

12. ¿En qué cantidad y frecuencia consumiría la comida rápida?

Tabla 13

Cantidad y frecuencia de comida rápida

HOT DOGS						
Variable	Cantidad	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje	Consumo Anual
Mensual	1 a 2	101	1,5	152	40%	1.818
	3 a 4	90	3,5	315	36%	1.080
	5 a 6	49	5,5	270	19%	588
	7 a 8	12	7,5	90	5%	144
Subtotal		252		826	100%	3.630
Consumo promedio por persona						3
Consumo promedio Anual						36
SALCHIPAPAS						
Variable	Cantidad	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje	Consumo Anual
Mensual	1 a 2	39	1,5	59	14%	702
	3 a 4	59	3,5	207	22%	2.478
	5 a 6	101	5,5	556	37%	6.666
	7 a 8	71	7,5	533	26%	6.390
TOTAL		270		1.353	100%	16.236
Consumo promedio por persona						5
Consumo promedio Anual						60
HAMBURGUESAS						
Variable	Cantidad	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje	Consumo Anual
Mensual	1 a 2	135	2	270	52%	3.240
	3 a 4	72	6	396	28%	4.752
	5 a 6	34	10	323	13%	3.876
	7 a 8	17	14	230	7%	2.754
TOTAL		258		1.219	100%	14.622
Consumo promedio por persona						3

Consumo promedio Anual	36
-------------------------------	----

PIZZAS						
Variables	Cantidad	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje	Consumo Anual
Mensual	1 a 2	117	1,5	176	46%	2.106
	3 a 4	75	3,5	263	30%	1.150
	5 a 6	39	5,5	215	15%	2.574
	7 a 8	22	7,5	165	9%	1.980
TOTAL		253		818	100%	9.810

Consumo promedio por persona	3
-------------------------------------	---

Consumo promedio Anual	36
-------------------------------	----

PAPAS FRITAS CON POLLO						
Variables	Cantidad	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje	Consumo Anual
Mensual	1 a 2	35	1,5	53	13%	630
	3 a 4	76	3,5	266	28%	3.192
	5 a 6	109	5,5	600	40%	7.194
	7 a 8	50	7,5	375	19%	4.500
TOTAL		270		1.293	100%	15.516

Consumo promedio por persona	5
-------------------------------------	---

Consumo promedio Anual	60
-------------------------------	----

Nota. Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro. Se tomará la última cantidad para ejemplificar el cálculo del consumo promedio: se divide la sumatoria de la frecuencia por el promedio ($f(Xm)$) para la sumatoria de la frecuencia $1293/270 = 5$ papas fritas con pollo, luego se multiplica el resultado por 12 meses del año, dando un promedio de consumo anual por persona de 60 papas fritas con pollo al año.

Tabla 14

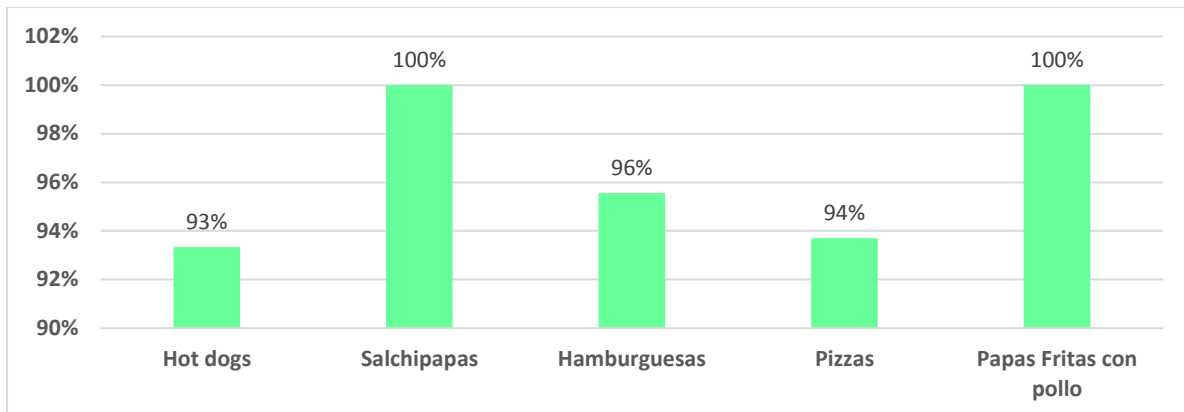
Cantidad de comida rápida que será consumida

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hot dogs	252	93%
Salchipapas	270	100%
Hamburguesas	258	96%
Pizzas	253	94%
Papas Fritas con pollo	270	100%

Nota: Información tomada de la tabla N°13, cálculo realizado mediante una regla de tres simple

Figura 11

Cantidad de comida rápida que será consumida



Nota. La presente figura muestra la cantidad que consumirían el segmento escogido al momento que se implemente la unidad de negocio.

Análisis e Interpretación

El consumo es la cantidad de bienes o servicios que son adquiridos por las personas para la satisfacción de una o varias necesidades, en este caso de la comida rápida. De acuerdo a los resultados que se obtuvo, del 100% que mencionaron si están dispuestos a que se cree el nuevo restaurante para ir adquirir la comida rápida, el 93% consumiría hot dogs, el 100% consumiría salchipapas, el 96% compraría hamburguesas, mientras que el 94% de la población consumiría pizzas, y el 100% consumiría papas fritas con pollo.

Para el cálculo del promedio consumo se utilizó la siguiente fórmula del promedio consumo $X = \frac{\sum(Xm.f+Xm)}{n}$ dando como resultado:

Tal como se detalla a continuación:

$$X = \frac{\sum(Xm)}{f}$$

$$X = \frac{\sum(862)}{252}$$

$$X = 3 \text{ Hot dogs}$$

Consumo promedio anual de hot dogs: 36 unidades

Consumo promedio anual de salchipapas: 60 unidades

Consumo promedio anual de hamburguesas: 36 unidades

Consumo promedio anual de pizzas: 36 unidades

Consumo promedio de Papas fritas con pollo: 60 unidades

Por tanto, se puede evidenciar que si existiría un mercado al cual se ofrecerá la comida rápida y se garantiza la factibilidad de mercado para la conformación del negocio..

13. ¿En qué horario acudiría al restaurante?

Tabla 15

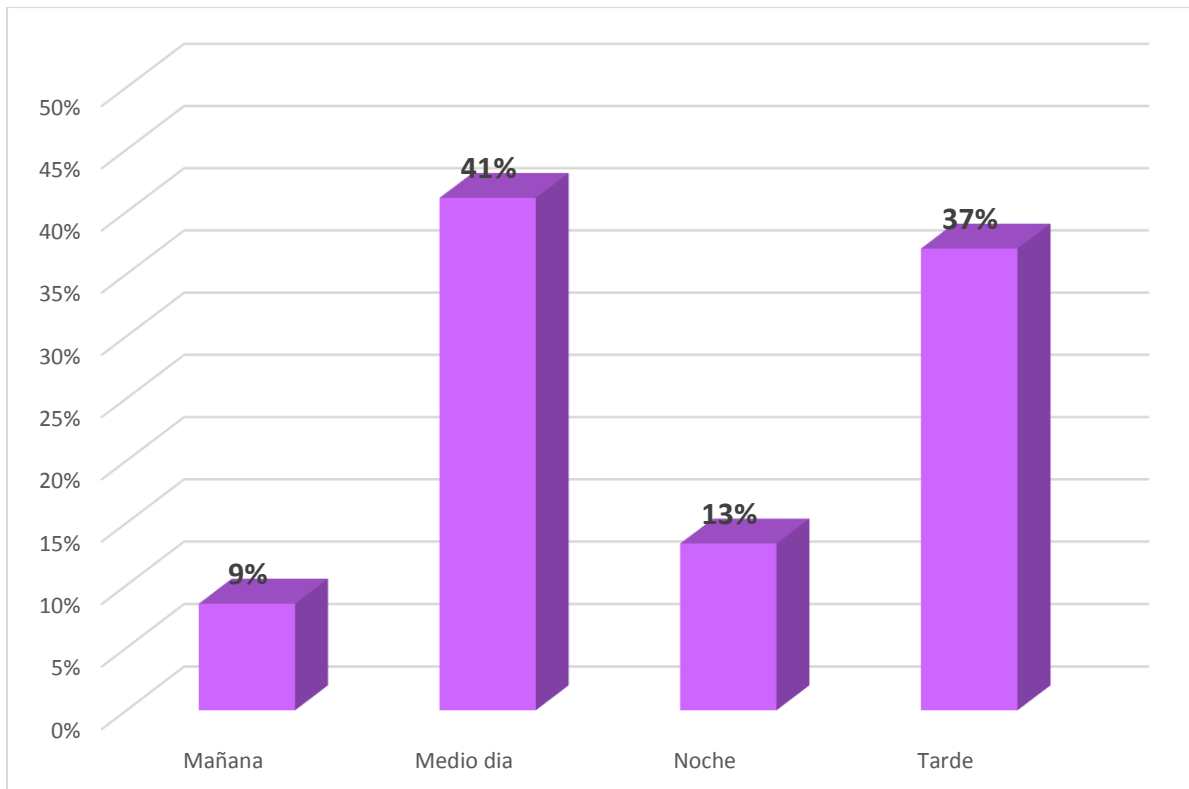
Horario en el cual acudiría al restaurante

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	23	9%
Medio día	111	41%
Noche	36	13%
Tarde	100	37%
Total	270	100%

Nota. Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro

Figura 12

Horario en el acudiría al restaurante



Nota. La presente figura muestra el horario en el cual el segmento de mercado escogido acudiría al restaurante.

Análisis e Interpretación

El horario en el cual el segmento de mercado acudiría al restaurante hace referencia al horario disponible que tienen para ir a consumir los productos, en este caso la comida rápida. De acuerdo a los resultados obtenidos el 41% acudiría al medio día, el 37% lo haría por la tarde, por otro lado, el 13% acudiría en la noche y el 9% restante lo haría por la mañana.

Por tanto, se puede evidenciar que el horario de atención más factible para abrir el restaurante deberá ser a partir del mediodía, ya que el segmento de mercado escogido menciona que a partir del medio hay más disposición de poder acudir al restaurante.

14. ¿Por qué red social le gustaría recibir información sobre lo que ofrece el restaurante?

Tabla 16

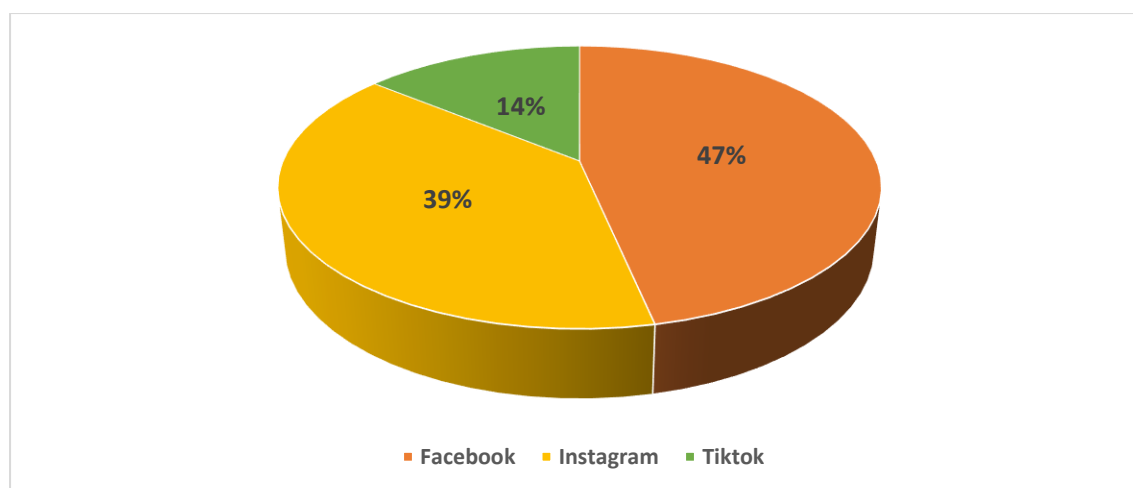
Redes Sociales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	126	47%
Instagram	106	39%
Tiktok	38	14%
Total	270	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro

Figura 13

Redes Sociales



Nota. La presente figura muestra las redes sociales por las cuales les gustaría recibir información sobre los productos que ofrece el restaurante.

Análisis e Interpretación

Las redes sociales son páginas web o aplicaciones que sirven como herramienta de comunicación entre los usuarios que la utilizan, las mismas permiten compartir información de distinta índole, de forma rápida y sencilla, en este caso información sobre la comida rápida.

Con los resultados obtenidos, se tiene que el 47% prefieren que los productos se den a conocer mediante Facebook, el 39% en Instagram y el 14% manifiesta que se dé a conocer mediante Tiktok. Esto quiere decir que el segmento de población escogido frecuenta más la

aplicación de Facebook, es por ello que sería la red social más factible para promocionar y dar a conocer lo que ofrece el restaurante de comida rápida.

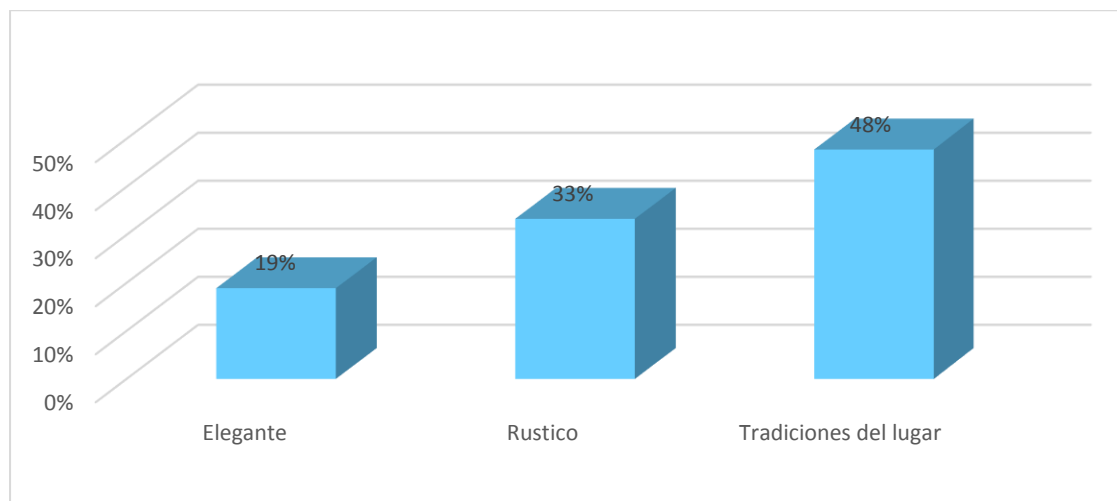
15. ¿Cómo le gustaría que fueran las decoraciones del restaurante? Seleccione una respuesta

Tabla 17
Decoración del restaurante

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Elegante	51	19%
Rustico	90	33%
Tradiciones del lugar	129	48%
Total	270	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro.

Figura 14
Decoración del restaurante



Nota: La presente figura muestra las decoraciones del restaurante escogido por el segmento de estudio.

Análisis e Interpretación

Una de las principales claves en la decoración de un restaurante es hacer uso de una estrategia de diferenciación respecto de la competencia con la finalidad de ser más llamativo y atraer más clientes.

En los resultados se obtuvo que el 48% prefiere que el restaurante posea decoraciones referentes a tradiciones propias del lugar, el 33% sea rústico, mientras que el 19% sea con un diseño elegante. Por lo tanto, se evidencia que el segmento escogido menciona que el nuevo restaurante debe tener decoraciones llamativas que sean propias de la ciudad de Saraguro.

16. ¿Qué promociones le gustaría recibir por el consumo que realice en el restaurante? Seleccione una respuesta.

Tabla 18

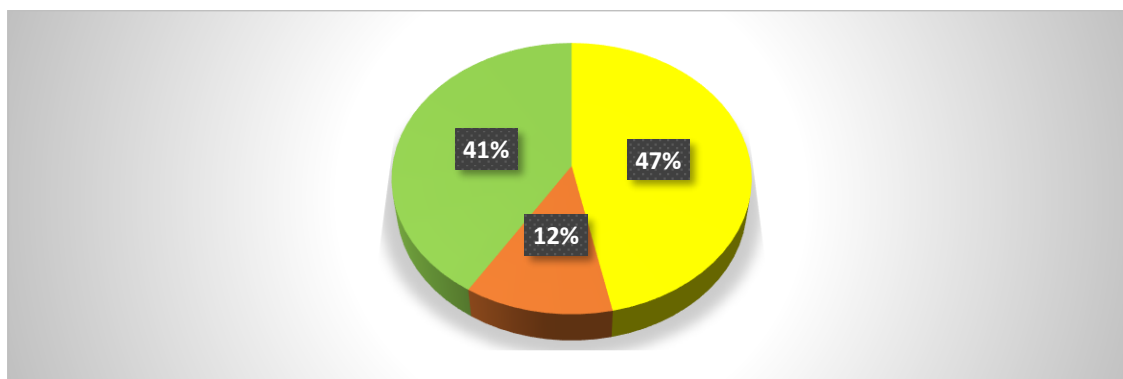
Promociones

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Días de dos por uno	111	41%
Regalos	33	12%
Una orden de consumo gratis al finalizar el mes	126	47%
Total	270	100%

Nota: Investigación de mercado realizada a los habitantes de la zona urbana del cantón Saraguro.

Figura 15

Promociones



Nota: La presente figura muestra las promociones que le gustaría recibir al segmento escogido al momento de haber sido apertura do el restaurante.

Análisis e Interpretación

La promoción tiene por objetivo ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto, en este caso la comida rápida, lo que se debe convertir en un incremento puntual de las ventas para la empresa y en una ventaja de adquisición para el consumidor.

El 47% menciona que la promoción que les gustaría recibir es una orden de consumo gratis al finalizar el mes, seguido del 41% que prefiere los días de dos por uno y finalmente el 12% que se les otorgue regalos por la compra de la comida rápida, con ello se tiene que los dos tipos de promociones que más le agradan al mercado de la ciudad de Saraguro son los días de dos por uno , y una orden de consumo gratis al finalizar el mes, esto debido a que al ser productos que se pueden consumir en cantidad podría aplicar a estos tipos de promociones al momento de expender la comida rápida.

Resultados obtenidos de la investigación de campo a los principales ofertantes de comida rápida en la ciudad de Saraguro.

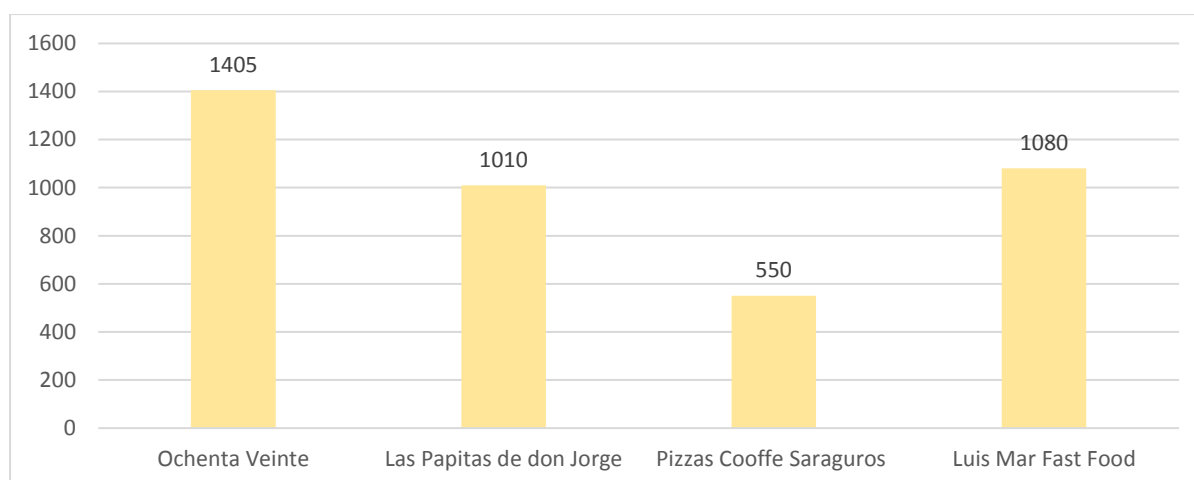
1. ¿De los siguientes productos y presentaciones, seleccione las que su negocio vende e indique que cantidad vende semanalmente?

Tabla 19

Productos vendidos por los ofertantes de la ciudad de Saraguro

Frecuencia Semanal	Ochenta Veinte	Las Papitas de don Jorge	Pizzas Cooffe Saraguros	Luis Fast Food	Mar
Salchipapas	200	150	-		180
Papi baldes	150	150	-		90
Choripapa	150	60	-		100
Papi pollo	180	200	-		150
Papi carne	150	70	-		90
Hot dog simple	90	40	-		60
Hot dog especial	90	30	-		40
Hot dog doble	80	40	-		50
Hamburguesa especial	90	60	-		-
Hamburguesa de pollo	80	80	-		-
Hamburguesa clásica	70	60	-		-
Hamburguesa doble	75	70	-		-
Hahuayana	-	-	200		90
Peperoni	-	-	100		70
Jamón y Queso	-	-	150		80
Parrilla	-	-	100		80
Total, oferta mensual de comida rápida	1.405	1.010	550		1.080

Nota. Investigación de Mercado aplicada a los oferentes de comida rápida de la ciudad de Saraguro.

Figura 16*Venta de comida rápida por parte de los oferentes*

Nota. La presente figura muestra la cantidad de comida rápida ofertada por los principales oferentes de la ciudad de Saraguro.

Análisis e Interpretación

Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes; que el restaurante ochenta veinte al mes vende 1.045 unidades de comida rápida, por otra parte, las papitas de Don Jorge al mes venden 1.010 unidades de comida rápida, en cambio la pizzería Coffe Saraguro, al mes oferta 550 pizzas, y finalmente Luis Mar fast Food al año vende 1.080 unidades de comida rápida, concluyendo que el restaurante que más oferta comida rápida es el Ochenta Veinte.

2. ¿Cuánto es el total de unidades vendidas en los últimos 3 años?

Tabla 20*Comida rápida por producto vendido en los últimos tres años*

Restaurantes	Productos	Ventas anuales (unidades)		
		Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ochenta Veinte	Salchipapas	0	12000	7500
	Hot-dogs	0	8000	2500
	Hamburguesas	0	6500	3200
	Papi pollos	0	9000	6500
TOTAL		0	35500	19700
Restaurante	Productos	Ventas Anuales		
Papitas don Jorge	Salchipapas	13000	14500	8500
	Hot-dogs	9000	10800	6800
	Hamburguesas	5000	7000	4800
	Papi pollos	7000	9000	6000

	TOTAL	34000	41300	26100
Pizzas Coffe Saraguros	Pizzas	8000	14000	8500
	TOTAL	8000	14000	8500
	Salchipapas	9000	12000	7500
	Hot dogs	7800	10200	6000
Luis Mar fast Food	Hamburguesas	6500	7500	5200
	Papas fritas con pollo	9000	12500	7300
	TOTAL	32300	42200	26000

Nota. Investigación de Mercado aplicada a los ofertantes de comida rápida en la ciudad de Saraguro respecto a las ventas anuales de los últimos tres años.

7. Discusión

7.1. Estudio de mercado

Producto Principal

El producto principal a ofrecerse son los diferentes productos relacionados a la comida rápida preparados con productos de las más alta calidad y precios accesibles, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes, tanto en precio, sabor, ingredientes de preparación, variedad de productos e incorporando espacios amplios.

Es por eso que, para la comercialización de los distintos productos, se creará un restaurante en la ciudad de Saraguro, en donde se pueda encontrar en un solo lugar todos los productos relacionados a la comida rápida brindando siempre un buen servicio y trato a los clientes con el fin de ser altamente competitivos, todo ello con la finalidad de generar confianza en los clientes.

Productos

Los productos que se ofertarán en el restaurante serán los siguientes:

- Salchipapas
- Papi Pollo
- Hamburguesas

- Pizza Hahuayana
- Hot dogs

Todos estos productos se ofertarán en diferentes presentaciones y envases de distinto modelo que se acoplen al producto, de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores acompañados de la bebida personal.

7.1.1. Productos Sustitutos

Debido a que se ofertará comida rápida, los productos sustitutos serán los snacks como: papas, doritos, picaditas, alitas, nachos, entre otros ya que son de rápido consumo y de bajo precio. Productos Complementarios

Dentro de los productos complementarios se describe los productos que hacen posible se pueda consumir el producto, en este caso los productos complementarios de la comida rápida serán: salsas, ensaladas, bebidas, las cuales serán un acompañante a los productos principales para de esta forma complementarse y entregar un producto listo para el deguste y consumo de los clientes.

7.1.2. Mercado Demandante

Este mercado está constituido por los habitantes de la ciudad de Saraguro cuya población es de 9045 habitantes entre 15 y 45 años de edad, quienes serán los posibles consumidores de los productos a ofrecerse en el restaurante. Pero no quita la opción de brindar la comida rápida a todo el público, si no que en este caso de estudio para determinar la factibilidad solo se tomo como referencia la población antes mencionada.

Análisis de la Demanda

Por medio del análisis de la demanda se puede conocer la cantidad de comida rápida exacta que compraran en el mercado anualmente, por medio de este análisis se conocerá la demanda potencial, real, efectiva e insatisfecha con ello poder obtener datos precisos para

lograr una correcta toma de decisiones en cuanto a los productos que se desea introducir al mercado.

Demanda Potencial

La demanda potencial es aquella que está constituida por el nivel máximo de comida rápida que la población urbana del cantón Saraguro estaría dispuesta a adquirir.

Para determinar la demanda potencial se toma en cuenta la población proyectada de los cuatro años, para posterior determinar los demandantes potenciales es decir los que respondieron que si consumen la comida rápida, que corresponde al 87%. Para ello se multiplica la población del año 1 por el 87%, lo cual da como resultado 8.676 que vendría a ser la población potencial que consume comida rápida y así sucesivamente con los años siguientes.

Tabla 21

Demandantes Potenciales

Años		Población 2024	Población Potencial (87%)
1	2024	9.973	8.676
2	2025	10.043	8.737
3	2026	10.113	8.798
4	2027	10.184	8.860
5	2028	10.255	8.922

Nota. Información tomada de la Tabla 3 y Tabla 24 que se usa para determinar la demanda potencial

Para determinar la demanda potencial por producto se tomó en cuenta la población potencial que corresponde el 87% de la población total. Donde la población potencial del año 1 se multiplica por el promedio de consumo.

En el año 1 se tiene una población potencial de 8.676 se multiplica por el promedio de compra que es 48 dando como resultado 416.448 como se lo muestra a continuación:

Demanda potencial de Hot dogs – Año 1

Demanda potencial hot dogs = Población potencial x Promedio Consumo

Demanda potencial hot dogs = (8.676 x 48)

Demanda potencial hot dogs = 416.448

De la misma manera se realiza el cálculo para los demás años con los diferentes productos, y su respectivo consumo.

Tabla 22
Demanda potencial por producto

Años	1	2	3	4	5
Demandantes Potenciales	8.676	8.737	8.798	8.860	8.922

Demanda Potencial por producto						
Productos	Promedio consumo anual	Demanda Potencial (Año 1)	Demanda Potencial (Año 2)	Demanda Potencial (Año 3)	Demanda Potencial (Año 4)	Demanda Potencial (Año 5)
Hot dogs	48	416.448	419.376	422.304	425.280	428.256
Salchipapas	84	728.784	733.908	739.032	744.240	749.448
Hamburguesas	48	416.448	429.376	422.304	425.280	428.256
Pizzas	36	312.336	314.535	316.728	318.960	321.192
Papas fritas con pollo	84	728.784	733.908	739.032	744.240	749.448

Nota. Investigación de Mercado aplicada a los demandantes información tomada Tabla 22 y Tabla 4

Demanda Real

La demanda real es la cantidad de comida rápida que es consumida por las personas de la zona urbana del cantón Saraguro en este caso los principales productos que va a ofrecer el restaurante; hot dogs, pizzas, salchipapas, hamburguesas y papas fritas con pollo, es decir son aquellas personas quienes si consumen dichos productos mencionados anteriormente.

En primera instancia para el cálculo de los demandantes reales se toma como referencia los demandantes potenciales, es decir se multiplica el total de población potencial del año uno por el porcentaje de consumo real de cada producto obteniendo los demandantes reales.

De la siguiente manera; para el año uno se multiplica el total de los demandantes potenciales que equivale a 8 676 x 90% de la población que consume hot dogs dando un resultado de 7.809 demandantes reales de hot dogs, este mismo procedimiento se lo aplica para los siguientes años.

Tabla 23
Demandantes Reales

Años		1	2	3	4	5
Población Potencial		8.676	8.737	8.798	8.860	8.922
Productos	% Demanda Real	Demandantes Reales				
Hot dogs	90%	7.809	7.863	7.918	7.974	8.030
Salchipapas	93%	8.069	8.126	8.182	8.240	8.297
Hamburguesas	83%	7.201	7.252	7.303	7.354	7.405
Pizzas	84%	7.288	7.339	7.391	7.442	7.494
Papas fritas con pollo	95%	8.243	8.300	8.358	8.417	8.476

Nota. Investigación de Mercado realizada a la demanda. Fuente: Tabla 5 y Tabla 22

Para determinar la demanda real por producto se tomó en cuenta la población real que corresponde a un porcentaje de la población potencial.

En el año 1 se tiene una población real de 7.809 se multiplica por el promedio de compra que es 48 dando como resultado 281.124 como se lo muestra a continuación:

Demanda real de Hot dogs – Año 1

Demanda real hot dogs = Población real x Promedio Consumo

Demanda real hot dogs = (7.809 x 48)

Demanda real hot dogs = 374.832

De la misma manera se realiza el cálculo para los demás años con los diferentes productos, y su respectivo consumo.

Tabla 24

Demanda Real por producto

Demandantes Reales						
Años	1	2	3	4	5	
	7.809	7.863	7.918	7.974	8.030	
Demanda real por producto						
Variable	Promedio de consumo anual	Demanda Real (Año 1)	Demanda Real (Año 2)	Demanda Real (Año 3)	Demanda Real (Año 4)	Demanda Real (Año 5)
Hot dogs	48	374.832	377.424	380.064	382.748	385.427
Salchipapas	84	677.796	682.584	687.288	692.135	696.980
Hamburguesas	48	345.648	348.096	350.525	352.978	355.449
Pizzas	36	262.368	264.204	266.061	267.923	269.799
Papas fritas con pollo	84	692.412	697.200	702.105	707.020	711.969

Nota. Investigación de Mercado realizada a la demanda. Información tomada de la tabla 4 y tabla 24

Demanda Efectiva

La demanda efectiva es aquella que está constituida por la cantidad de comida rápida que los consumidores adquieren con su capacidad de pago para su consumo, en este caso con son las personas que estarían dispuestas a comprar los productos en el restaurante al momento de su creación.

Para calcular los demandantes efectivos se tomó como referencia las personas que si estarían dispuestos a acudir al restaurante de la pregunta 11 de la investigación de campo con un porcentaje de 85%, este porcentaje se lo sacará de los demandantes reales.

Es decir, se multiplica los 7809 por el 85% dando un total de 6.637 personas que estarían dispuestas a acudir al restaurante.

Tabla 25
Demandantes Efectivos

Productos	Demandantes Efectivos 85% de la Población Real				
Hot dogs	6.637	6.684	6.731	6.778	6.825
Salchipapas	6.859	6.907	6.955	7.004	7.053
Hamburguesas	6.121	6.164	6.207	6.251	6.294
Pizzas	6.195	6.238	6.282	6.326	6.370
Papas fritas con pollo	7.006	7.055	7.105	7.154	7.204

Nota. Información tomada de la Tabla 11 y Tabla 24

Para tener una estimación más exacta de las personas quienes irían al restaurante y que productos consumirían se toma como referencia los demandantes efectivos que equivalen al 85% de los demandantes reales es decir se multiplica el total de población real del año uno por el porcentaje de cada producto que podría ser consumido en el nuevo restaurante, de esta forma se obtiene los demandantes efectivos.

De la siguiente manera, para el año uno se multiplica el total de los demandantes reales que equivale a 6.637 x 93% de la población que consumiría hot dogs dando un resultado de 6.173 demandantes efectivos de hot dogs.

Este mismo procedimiento se lo aplica para los siguientes años:

Tabla 26
Demandantes Efectivos

Años		1	2	3	4	5
Demandantes Reales		6.637	6.684	6.731	6.778	6.825
Variable	% Demanda Efectiva	Demandantes Efectivos				
Hot dogs	93%	6.173	6.216	6.260	6.303	6.347
Salchipapas	100%	6.859	6.907	6.955	7.004	7.053
Hamburguesas	96%	5.876	5.917	5.959	6.001	6.043
Pizzas	94%	5.823	5.864	5.905	5.946	5.988
Papas fritas con pollo	100%	7.006	7.055	7.105	7.154	7.204

Nota. Estudio de mercado aplicada a los demandantes, datos tomados de la tabla 14 y Tabla 26

Para determinar la demanda efectiva por producto se tomó en cuenta la población efectiva que corresponde a un porcentaje de la población real como se lo muestra a continuación:

Demanda efectiva de Hot dogs – Año 1

Demanda efectiva hot dogs = Población efectiva x Promedio Consumo

Demanda efectiva hot dogs = (6.173 x 36)

Demanda efectiva hot dogs = 222.222

De la misma manera se realiza el cálculo para los demás años con los diferentes productos, y su respectivo consumo.

Tabla 27
Demanda Efectiva

Años		1	2	3	4	5
Demandantes Efectivos		6.173	6.216	6.260	6.303	6.347
Demanda Efectiva por producto						
Variable	Promedio de compra anual	Demanda Efectiva (Año 1)	Demanda Efectiva (Año 2)	Demanda Efectiva (Año 3)	Demanda Efectiva (Año 4)	Demanda Efectiva (Año 5)
Hot dogs	36	222.222	223.778	226.922	226.992	228.510
Salchipapas	60	411.522	414.403	417.304	420.225	423.167
Hamburguesas	36	211.549	213.030	214.521	216.023	217.535
Pizzas	36	209.638	211.105	212.583	214.071	215.569
Papas fritas con pollo	60	420.372	423.315	426.278	429.262	432.267

Nota. Investigación de mercado realizada a los oferentes de la ciudad de Saraguro. Información tomada de la Tabla 14 y Tabla 27

7.1.3. Análisis de la Oferta

El único fin que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades, características de la comida rápida que expenden los oferentes.

Para eso se realizó un estudio de aquellos oferentes que ofrecen un producto igual o similar a los considerados en este proyecto y que también se encuentran dentro del mismo segmento de mercado.

Es decir, se pretende determinar la cantidad de los productores que están constituidos como competencia, en este caso se analizaron a los emprendimientos principales que son: Ochenta veinte, pizzas Coffe Saraguro, Luis Mar fast Food, las papitas de don Jorge, y con ello poder determinar la cantidad de comida rápida que actualmente se expende en el mercado.

Tabla 28*Cantidad de Oferta de comida rápida*

Restaurantes	Productos	Ventas anuales (unidades)		
		Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ochenta Veinte	Salchipapas	0	12000	8896
	Hot-dogs	0	8890	3500
	Hamburguesas	0	7500	2200
	Papi pollo	0	10000	6150
TOTAL		0	38.390	20.746
Papitas don Jorge	Salchipapas	14000	15500	8700
	Hot-dogs	8100	9300	6100
	Hamburguesas	8000	9230	5600
	Papi pollo	8000	10000	7400
TOTAL		38100	44240	27800
Pizzas Coffe Saraguros	Pizzas	15.650	18.860	9.850
TOTAL		15.650	18.860	9.850
Luis Mar fast Food	Salchipapas	10980	13000	8900
	Hot dogs	8600	9900	7500
	Hamburguesas	8900	10340	7800
	Papas fritas con pollo	10000	11100	8150
TOTAL		38.480	44.340	32.350

Nota. Investigación de Mercado realizada a los ofertantes de la ciudad de Saraguro.

Para poder conocer las ventas de los últimos tres años de cada producto se suma los totales de cada uno de los restaurantes que ofertan salchipapas durante los tres años, y de la misma forma para los distintos productos.

Tabla 29*Ventas Anuales por producto*

Años	salchipapas	Hot dogs	Hamburguesa	Pizzas	Papas fritas con pollo
2021	24980	16700	16900	15650	18000
2022	40500	28090	27180	18860	31200
2023	52992	34200	31200	19700	43400

Nota. La presente tabla muestra las ventas anuales de los productos de comida rápida de los 3 últimos años

Incremento en ventas de comida rápida

Para el cálculo del porcentaje en ventas de los hot dogs, se la realiza de la siguiente manera:

$$\text{Porcentaje en ventas} = \frac{\text{Sumatoria del año 2} - \text{Sumatoria del año 1}}{\text{Sumatoria del año 1}}$$

$$\text{Porcentaje en ventas} = \frac{28090 - 16700}{16700}$$

$$\text{Porcentaje en ventas} = 45\%$$

Una vez obtenidos los dos porcentajes se suman los dos y se dividen para dos, dando un total de 48% en porcentaje en ventas de los hot dogs. De la misma forma se lo hace para los otros años y los demás productos.

Tabla 30

Incremento en ventas de comida rápida

Promedio de porcentaje en ventas de Hot dogs				
	Años	Ventas Anuales de Salchipapas	Porcentaje en ventas	Promedio porcentaje en venta
1	2021	16700		
2	2022	28090	68%	45%
3	2023	34200	22%	
TOTAL			90%	

Promedio de porcentaje en ventas de Salchipapas				
	Años	Ventas Anuales de Salchipapas	Porcentaje en ventas	Promedio porcentaje en venta
1	2021	24980		
2	2022	40500	62%	
3	2023	52992	31%	46%
TOTAL			93%	

Promedio de porcentaje en ventas de Hamburguesas				
	Años	Ventas Anuales de Salchipapas	Porcentaje en ventas	Promedio porcentaje en venta
1	2021	16900		
2	2022	27180	61%	38%
3	2023	31200	15%	
TOTAL			76%	

Promedio de porcentaje en ventas de Pizzas			
Años	Ventas Anuales de Salchipapas	Porcentaje en ventas	Promedio porcentaje en venta
1	2021	15650	
2	2022	18860	21%
3	2023	19700	4%
TOTAL			25%
Promedio de porcentaje en ventas de Papas fritas con pollo			
Años	Ventas Anuales de Salchipapas	Porcentaje en ventas	Promedio porcentaje en venta
1	2021	18000	
2	2022	31200	73%
3	2023	43400	39%
TOTAL			112%

Nota. La presente tabla indica el promedio de porcentaje en ventas de comida rápida.

Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta se la hace de la siguiente manera: Para el año 1 se toma las unidades vendidas del último año, para el segundo año se toman las ventas anuales del año anterior multiplicado por el porcentaje de ventas todo ellos sumado a las ventas del año 1, de la siguiente manera.

Proyección de la oferta año 2 = $(34.200 * 45\%) + 34.200$

Proyección de la oferta año 2 = **49.582**

Este mismo procedimiento se aplica para los demás años y demás productos.

Tabla 31

Proyección de la oferta por producto

Años	Promedio del porcentaje en ventas	Oferta proyectada
Oferta Proyectada Hot dogs		
2023	45%	34.200
2024	45%	49.582
2025	45%	71.883
2026	45%	104.215
2027	45%	151.088
2028	45%	219.043

Años	Promedio del porcentaje en ventas	Oferta proyectada
Oferta Proyectada de Salchipapas		
2023	46%	52.992
2024	46%	77.626
2025	46%	113.713
2026	46%	166.574
2027	46%	244.010
2028	46%	357.443
Oferta Proyectada de Hamburguesas		
2023	38%	31.200
2024	38%	42.997
2025	38%	59.253
2026	38%	81.656
2027	38%	112.530
2028	38%	155.077
Oferta Proyectada de Pizzas		
2023	12%	19.700
2024	12%	22.159
2025	12%	24.925
2026	12%	28.036
2027	12%	31.536
2028	12%	35.472
Oferta Proyectada de Papas fritas con pollo		
2023	56%	43.400
2024	56%	67.799
2025	56%	105.914
2026	56%	165.456
2027	56%	258.472
2028	56%	403.780

Nota. La presente tabla muestra la oferta proyectada de comida rápida en la ciudad de Saraguro.

Demanda Insatisfecha

Luego de realizar el análisis de las oferta y demanda se determina la demanda insatisfecha. Para su determinación se debe restar a la demanda real la oferta proyectada, y de esta forma se obtendrá la demanda insatisfecha que es la cantidad de comida rápida que es probable que el mercado consuma en años futuros.

Demanda Insatisfecha de comida rápida

Para determinar la demanda insatisfecha se toma como referencia la comida rápida que se demandaría en el año 1 menos la oferta de comida rápida de la competencia de ese mismo año, tal como lo indica el siguiente procedimiento:

Demanda Insatisfecha de hot dogs Año 1 = Demanda Efectiva Año 1 – Total Oferta

Demanda Insatisfecha de hot dogs Año 1 = 222.222 – 49.582

Demanda Insatisfecha de hot dogs Año 1 = 172.640

Este mismo procedimiento se aplica para los siguientes años y para cada uno de los productos.

Tabla 32

Demanda Insatisfecha por producto

Años	Demanda Efectiva	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
Hot dogs			
2024	222.222	49.582	172.640
2025	223.778	71.883	151.894
2026	225.344	104.215	121.130
2027	226.922	151.088	75.834
2028	228.510	219.043	9.467
Salchipapas			
2024	411.522	77.626	333.896
2025	414.403	113.713	300.690
2026	417.304	166.574	250.730
2027	420.225	244.010	176.215
2028	423.167	357.443	65.724
Hamburguesas			
2024	211.549	42.997	168.553
2025	213.030	59.253	153.777
2026	214.521	81.656	132.865
2027	216.023	112.530	103.493
2028	217.535	155.077	62.458

Años	Demanda efectiva	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
Pizzas			
2024	209.638	22.159	187.478
2025	211.105	24.925	186.180
2026	212.583	28.036	184.546
2027	214.071	31.536	182.535
2028	215.569	35.472	180.097
Papas fritas con pollo			
2024	420.372	67.799	352.574
2025	423.315	105.914	317.401
2026	426.278	165.456	260.822
2027	429.262	258.472	170.790
2028	432.267	403.780	28.487

Nota. La presente tabla muestra la demanda insatisfecha de comida rápida de los productos en la ciudad de Saraguro

7.1.4. Estrategias de Comercialización

Las estrategias de comercialización permiten posicionar el nuevo restaurante de comida rápida en la mente del consumidor. De tal manera que se logre alcanzar los propósitos de la empresa, a continuación, se presentan las estrategias que se utilizarán para el posicionamiento del producto en función del marketing mix (producto, precio, plaza y promoción).

7.1.4.1. Estrategia de Producto

El restaurante pretende ofrecer al mercado comida rápida tal como: hot dogs, salchipapas, pizzas, hamburguesas, papas fritas con pollo, los productos serán preparados y elaborados con los mejores ingredientes y el mejor sabor, todo ello con la finalidad de brindar un producto de calidad a los distintos consumidores de la localidad.

- **Nombre de la empresa**

La empresa será reconocida en el mercado con el nombre de “SARADELI”, con la finalidad de que los clientes puedan reconocer el restaurante y la actividad del mismo.

Figura 17

Nombre de la empresa

“SARADELI”

Nota. Elaboración propia

- **Logo**

El logotipo de la empresa captará la atención del cliente, es una de las partes más importantes del inicio de un negocio, el mismo ayudará a que los clientes puedan identificar de mejor manera.

Figura 18

Logotipo de la empresa





Nota. Elaboración Propia

- **Eslogan**

“Sabores rápidos momentos inolvidables”

Figura 19
Productos

Producto	Descripción
<p style="text-align: center;">HOT DOG</p> 	<p>El hot dog está constituido por:</p> <ul style="list-style-type: none">• Salchicha• Pan• Mayonesa• Salsa• Mostaza• Lechuga• Papas Picadas• Envase de cartón
<p style="text-align: center;">SALCHIPAPA</p> 	<p>La salchipapa está constituida por:</p> <ul style="list-style-type: none">• Papas fritas• Salchichas picadas• Mayonesa• Salsa• Mostaza• Envase de Cartón
<p style="text-align: center;">HAMBURGUESA</p> 	<p>La Hamburguesa está constituida por:</p> <ul style="list-style-type: none">• Pan• Lechuga• Jamón• Carne molida• Tomate• Papas fritas• Cebolla• Mayonesa• Salsa• Mostaza• Envase – Funda de Hamburguesa

Producto	Descripción
<p data-bbox="448 271 549 300" style="text-align: center;">PIZZA</p> 	<p data-bbox="821 271 1198 300">La pizza está constituida por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="775 320 1027 349">• Masa de Harina <li data-bbox="775 360 906 389">• Jamón <li data-bbox="775 400 922 430">• Tomate <li data-bbox="775 441 938 470">• Pimiento <li data-bbox="775 481 906 510">• Queso <li data-bbox="775 521 922 551">• Cebolla <li data-bbox="775 562 879 591">• Piña <li data-bbox="775 602 954 631">• Mayonesa <li data-bbox="775 642 1134 672">• Envase – Caja de cartón
<p data-bbox="204 745 639 775">PAPAS FRITAS CON POLLO</p> 	<p data-bbox="821 745 1385 775">La papa frita con pollo está constituida por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="775 795 890 824">• Pollo <li data-bbox="775 835 970 864">• Papas fritas <li data-bbox="775 875 890 904">• Salsa <li data-bbox="775 916 954 945">• Mayonesa <li data-bbox="775 956 932 985">• Mostaza <li data-bbox="775 996 1043 1025">• Envase de cartón

Nota. Productos a ofrecerse en el restaurante

Figura 20

Envases de Productos

Envases de Hot dogs



Envase de Salchipapas



Envase de Hamburguesa



Envase de Pizzas



Envase de Papas fritas con pollo



Nota. Tomado de Pinterest.com. Adaptado por la Autora

7.1.4.2. Estrategia de precio

Para la determinación del precio de los distintos productos relacionados a la comida rápida, se elaborará un estudio financiero donde se analizarán los costos de producción y operación, la cantidad de unidades a producirse y el porcentaje de utilidad a percibir.

También se debe considerar el precio de la competencia y el de los productos sustitutos, con la finalidad de tener una referencia en cuanto a los precios de nuevos productos, con la finalidad de mantener un margen de utilidad a favor y que pueda ser aceptado por el segmento de mercado escogido.

7.1.4.3. Plaza

El restaurante utilizará el canal propio o directo; es decir que la venta se realizará de manera directa es decir del restaurante al consumidor. Este tipo de canal es favorable para que el cliente sienta confianza a la hora de adquirir el producto.

- **Estrategia B2C**

La distribución de los diferentes platos de comida rápida se los hará directamente desde le restaurante hasta el consumidor, con la finalidad de poder entregar productos frescos y listos al instante con la mejor comodidad.

Figura 21

Canal de distribución



Nota. Elaboración propia de la autora

7.1.4.4. Promoción

Se consideró las respuestas a la pregunta 17 (Tabla 19), en donde la más seleccionada fue una orden de consumo gratis al finalizar el mes, esta orden de consumo se lo otorgará a aquellas personas quienes compartan e interactúen con las páginas del restaurante.

La orden de consumo gratis será un combo que incluya: una salchipapa, una hamburguesa, y un hot dog simple la misma que se otorgará al final de cada mes, la cual tendrá un costo de \$4 dólares.

Figura 22

Orden de consumo gratis



Nota. Adaptado por la autora

7.1.4.5.Publicidad

Para dar a conocer sobre lo que ofrece el restaurante, se utilizaran las redes sociales. De acuerdo a los datos obtenidos de la pregunta 14 (Tabla 16), donde se menciona que las redes sociales por donde les gustaría recibir información serían Facebook e Instagram.

Figura 23

Publicidad del restaurante por Facebook



Nota. Elaboración propia

El uso de esta red social es gratuito al momento de crear una cuenta, pero para hacer publicidad del restaurante y llegar a más personas, se utilizará anuncios pagados los cuales tienen un costo de 15 dólares.

Figura 24

Publicidad por la red Social Instagram



Nota. Elaboración propia

Esta red social es gratuita a la hora de crear las cuentas, pero el costo se tendrá al momento de realizar los anuncios. El costo de publicidad en Instagram varía dependiendo de la inversión que se pueda hacer. La cantidad de dinero destinada, va a cambiar los resultados de la publicidad en Instagram, la misma que tiene un costo de 15 dólares.

Tarjetas de presentación

Las tarjetas de presentación permitirán que los clientes tengas más conocimiento en donde está ubicado el restaurante y las distintas redes sociales donde se podrá ubicar al restaurante. Las mismas se entregarán a los clientes que acudan al local, al momento de realizar la compra de los productos. Las tarjetas tienen un costo de 45 dólares el pack de 500 unidades, las cuales se comprarán dos veces al año.

Figura 25

Tarjeta de Presentación (Averso)



Nota. Elaboración propia Anverso de la tarjeta

Figura 26

Tarjeta de Presentación (Reverso)



Nota. Elaboración propia

Presupuesto de comercialización

Finalmente, en el plan de comercialización se procede a determinar el presupuesto correspondiente a publicidad y promoción necesario para poner en marcha el restaurante y lograr que se posicione en el mercado, el mismo que se detalla a continuación:

Tabla 33*Presupuesto de comercialización*

Descripción	Unidad medida	de	Costo Unitario	Cantidad requerida mensual	Costo mensual	Cantidad requerida anual	Costo anual
Publicidad en Facebook	Paquete publicitario		\$ 15,00	1	\$ 15,00	12	\$ 180,00
Publicidad en Instagram	Paquete publicitario		\$ 20,00	1	\$ 20,00	12	\$ 240,00
Tarjetas de presentación	Pack x500		\$ 45,00	1	-	2	\$ 90,00
Orden de consumo gratis	Combo de comida rápida		\$ 4,00	1	\$ 4,00	12	\$ 48,00
TOTAL							\$ 582,00

Nota. La presente tabla indica la descripción del presupuesto de la promoción y publicidad necesarias en las estrategias de comercialización.

7.2. Estudio Técnico

7.2.1. Tamaño y Localización

7.2.1.1. Localización

7.2.1.1.1. Factores de localización

Para poder determinar el lugar donde se va a ubicar el restaurante, se deben considerar algunos factores de localización que permitan realizar de manera adecuada las actividades productivas y administrativas de la empresa, entre estos factores se determinan los siguientes:

- **Servicios básicos:** El lugar donde se va a ubicar la empresa debe contar con todos los servicios básicos indispensables para que la unidad de negocio se pueda desarrollar de una manera más eficiente sus actividades tales como: agua, luz eléctrica, agua potable, internet, teléfono.
- **Recursos Humanos:** Son las personas que forman parte de la operatividad de la empresa, los mismos deben tener conocimiento de los puestos relacionados a

desempeñar, además de los conocimientos relacionados a la producción de todo lo que abarca la comida rápida.

- **Materia Prima:** La materia prima utilizada para la elaboración de cada uno de los productos a ofrecerse, se la obtendrá a través de los distintos distribuidores como son de pollo, de papa, pan, verduras, carne, y los distintos condimentos utilizados para obtener productos de calidad.
- **Transporte:** La empresa debe contar con acceso para los medios de transporte con vías adecuadas, para facilidad de los consumidores, por la zona circulan tanto camionetas como servicio de taxis.
- **Mercado:** Es necesario también conocer el mercado a cuál se pretende comercializar los productos a ofrecer, se debe procurar que dicho mercado esté cerca debido al costo de transportar los productos.
- **Factores económicos y legales:** Es necesario contar con los permisos de las distintas entidades reguladores, entre las cuales se tiene: SRI, Cuerpo de bomberos, Municipio de Saraguro, entre otras, con la finalidad de que la empresa cumpla con las disposiciones legales que le permitan un mejor funcionamiento.

Saraguro al ser una ciudad con lugares de alta productividad se tiene acceso y un mayor beneficio al poder adquirir la materia prima para la elaboración de los productos.

Luego de analizar los diferentes factores se tiene que:

- Se cuenta con el acceso y la materia prima disponible
- Gran afluencia de clientes en el sector
- El local comercial cuenta con todos los servicios básicos
- La vía en la que se encuentra ubicado el lugar es accesible y hay los medios de transporte necesarios.

Para que el restaurante inicie sus actividades debe constar con los siguientes permisos de las distintas entidades y para ello debe haber cumplido los siguientes requisitos:

Patente Municipal

- ✓ Inscripción en el SRI
- ✓ Firma de acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos
- ✓ Copia de cédula, papeleta de votación, y factura de servicio básico.

Licencia de actividades económicas (LUAE)

- ✓ Completar el formulario de solicitud
- ✓ Pago de la patente municipal (comprobante de pago)
- ✓ Copia de cédula, papeleta de votación, factura de un servicio básico, y una foto anexada del rótulo del negocio.

Permiso de Funcionamiento del ministerio del Interior (Permisos Anuales)

- ✓ Debes estar registrado en el sistema como usuario del PAF
- ✓ Adjuntar documentos como la Patente y LAUE
- ✓ Una vez recibida la notificación se debe realizar el pago en el Banco Pichincha
- ✓ Una vez efectuado el pago, se imprime el permiso anual de funcionamiento.

Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de regulación, control y vigilancia

Sanitaria.

- ✓ Ingresar al portal del ARCSA y crear el usuario y contraseña del sistema
- ✓ Llenar todos los campos seleccionados
- ✓ Una vez cumplido con todos los requerimientos y una vez de haber transcurrido 24 horas de la declaración se debe realizar el pago en el Ban Ecuador
- ✓ Al cabo de 48 horas, revisa el portal y obtiene el permiso de funcionamiento.

Registro de alimentos y bebidas en el Ministerio de Turismo

- ✓ Registro único de contribuyentes

- ✓ Cedula de Identidad
- ✓ Papeleta de votación
- ✓ Copia de contrato de compra y venta del establecimiento con autorización para usar el nombre comercial.
- ✓ Certificado del Instituto ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- ✓ Lista de Servicios Ofertados
- ✓ Declaración de activos fijos
- **Macro localización**

País: Ecuador

Región: 7

Provincia: Loja

Cantón: Saraguro

El proyecto se ubicará en la provincia de Loja, cantón Saraguro, que corresponde a la zona 7 del Ecuador

Ubicación del restaurante de comida rápida

Figura 27

Ubicación del restaurante "SARADELI"



Nota. Adaptado de Google Maps por la autora.

Figura 28

Macro localización del restaurante



Nota: Gobierno Autónomo Descentralizado de Saraguro (2023)

- **Micro localización**

De acuerdo a la localización geográfica, se estableció el sitio adecuado para el funcionamiento del negocio, también se determina los gastos para el arriendo del inmueble, el mismo que contribuya a la viabilidad del proyecto.

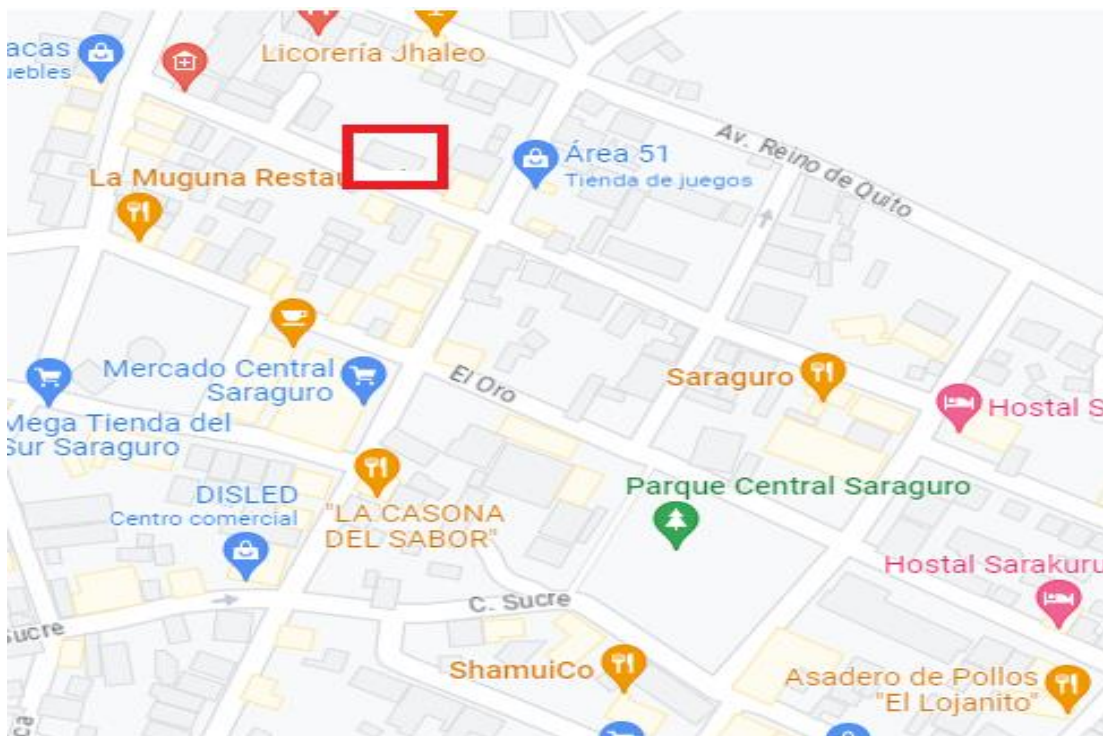
Entonces la empresa decidió realizar sus actividades productivas y comercializadoras en la siguiente ubicación:

Cantón: Saraguro

Calles: El Oro y Juan Antonio Montesinos

Figura 29

Micro localización del restaurante "SARADELI"



Nota: Adaptado de Google Maps por la autora.

7.2.2. Tamaño del proyecto

El tamaño de la empresa define el volumen de las inversiones y costos a estimar por lo cual estará relacionada con la capacidad instalada, utilizada con la cual la empresa iniciará sus operaciones, así mismo es necesario analizar algunos factores tales como: la disponibilidad de materia prima, la capacidad de maquinaria, el tiempo, los proveedores y el número de trabajadores.

7.2.2.1. Capacidad Instalada

La capacidad instalada, se la determina por el volumen total de producción, es decir donde se utilizará el 100% de los recursos, tiempo y capacidad máxima de la maquinaria. Es decir, cuantos clientes puede atender el restaurante con órdenes de comida rápida considerando los recursos como tiempo disponible, mano de obra, y los insumos disponibles.

Tabla 34
Capacidad Instalada

Productos (comida rápida)	Horas al día	Minutos al día	Capacidad productiva (minutos)	Unidades diarias	Días laborables	Unidades a la semana	Unidades Anuales
Hot dogs			38	35	7	245	12.740
Salchipapas			101	40	7	280	14.560
Hamburguesa	24	1.440	71	30	7	210	10.920
Pizzas			76	20	7	140	7.280
Papas fritas con pollo			103	50	7	350	18.200

Nota. La presente tabla muestra la capacidad instalada del restaurante

La capacidad instalada del restaurante en este caso como ejemplo los hot dogs se estima una capacidad instalada de 12.740 unidades de hot dogs trabajando las 24 horas del día. El cálculo se lo realizó de la siguiente manera

El restaurante estima una cantidad de 175 unidades diarias de comida rápida, trabajando las 24 horas del día, los siete días de la semana. Para poder determinar la capacidad instalada

se tomó como referencia un tiempo estimado por cada producto dando un total de 35 unidades de hot dogs al día, entonces a la semana se producirá 245 unidades, ese resultado se multiplica por las 52 semanas que tiene el año dando un resultado anual de 12.740 unidades siendo esta la capacidad instalada de hot dogs. Dicho procedimiento se lo aplica con cada tiempo estimado de producción de cada producto.

7.2.2.2. Capacidad Utilizada

Es la cantidad de unidades de comida rápida que se puede producir en tiempo real, por ello se considera las 8 horas laborables, los 6 días de la semana. Esta capacidad constituye la cantidad de unidades de la capacidad instalada. Tomando en cuenta que son cinco productos a ofrecerse en el restaurante, cabe recalcar que para el cálculo de esta capacidad se tomó a consideración que el ayudante y el cocinero llegaran al restaurante una hora antes para preparar todo lo relacionado a los distintos acompañantes de la comida rápida, todo ello dentro de las horas de trabajo.

Tabla 35
Capacidad Utilizada

Productos	Horas al día	Minutos al día	Capacidad productiva (minutos)	Unidades diarias	Días laborables	Unidades a la semana	Unidades Anuales
Hot dogs			38	30	6	180	9.360
Salchipapas			101	45	6	270	14.040
Hamburguesa	8	480	71	25	6	150	7.800
Pizzas			76	11	6	66	3.432
Papas fritas con pollo			103	45	6	270	14.040

Nota. La presente tabla muestra la capacidad utilizada del restaurante

La capacidad utilizada del restaurante se calcula de la siguiente manera: se toma como ejemplo el caso de los hot dogs se estima una capacidad utilizada de 9.360 unidades de hot dogs, cabe recalcar que se contará con un cocinero y un ayudante de cocina, quienes serán los encargados de la elaboración de todos los productos trabajando las 8 horas del día. El cálculo se lo realizó de la siguiente manera:

Tabla 36
Capacidad del restaurante

Productos	Unidades	Tiempo
hotdog	38	30
salchipapas	101	50
hamburguesas	71	25
pizzas	75	6
papas fritas con pollo	103	45
TOTAL	388	0,80

Nota. Capacidad utilizada del restaurante

El restaurante utilizará el 80% de la capacidad instalada al momento de empezar su funcionamiento este porcentaje se lo determinó de la siguiente manera; 480 minutos del día divididos para las 388 unidades de comida rápida que se puede elaborar al año.

$$480 / 388 = 0,80 = 80\%.$$

Participación en el mercado del restaurante.

Tabla 37
Participación en el mercado del restaurante

Año	Demanda Insatisfecha	Capacidad Utilizada	Porcentaje de participación
Hot dogs			
1	172.640	9.360	5,4%
2	151.894	9.360	6,2%
3	121.130	9.360	7,7%
4	75.834	9.360	12,3%
5	9.467	9.360	98,9%
Salchipapas			
1	333.896	14.040	4,2%
2	300.690	14.040	4,7%

Año	Demanda Insatisfecha	Capacidad Utilizada	Porcentaje de Participación
3	250.730	14.040	5,6%
4	176.215	14.040	8,0%
5	65.724	14.040	21,4%
Hamburguesas			
1	168.553	7.800	4,6%
2	153.777	7.800	5,1%
3	132.865	7.800	5,9%
4	103.493	7.800	7,5%
5	62.458	7.800	12,5%
Pizzas			
1	187.478	3.432	1,8%
2	186.180	3.432	1,8%
3	184.546	3.432	1,9%
4	182.535	3.432	1,9%
5	180.097	3.432	1,9%
Papas Fritas con pollo			
1	352.574	14.040	4,0%
2	317.401	14.040	4,4%
3	260.822	14.040	5,4%
4	170.790	14.040	8,2%
5	28.487	14.040	49,3%

Nota. Información tomada de la Tabla Demanda Insatisfecha y tabla 33

En el caso de los hot dogs el restaurante tendrá un porcentaje de participación del 5,4% el primer año, las salchipapas un porcentaje de 4,2% y en el caso de las hamburguesas tendrán un porcentaje de participación del 4,6%, por otro lado, las pizzas en el primer año tendrán un porcentaje de participación del 1,8%, y finalmente las papas fritas con pollo un porcentaje del 4%.

Para el cálculo de la participación se toma la capacidad utilizada de cada uno de los productos y se la divide para la demanda insatisfecha de cada producto.

Dicho procedimiento se aplica para cada año y por cada producto.

7.2.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto tiene como finalidad definir todos los recursos relacionados con la estructura física, la producción, tecnología, la maquinaria y los recursos necesarios para el proceso de producción de la comida rápida.







7.2.3.1. Proceso Productivo

Es la descripción de todo el proceso mediante el cual se obtendrá un producto terminado en este caso de la comida rápida, es importante indicar cada uno de los procesos a realizar con su respectivo tiempo, así mismo se detalla el flujograma de procesos, el mismo que es la representación gráfica de las actividades, tiempos y movimientos que se requiere para obtener el producto final.

Flujograma de Procesos

Es la representación gráfica en el cual se describe paso a paso cada uno de los tiempos y movimientos de los hot dogs, salchipapas, pizzas, hamburguesas y papas fritas con pollo.

Tabla 38
Simbología

	OPERACIÓN
	INSPECCIÓN
	DEMORA
	ALMACENAMIENTO
	TRANSPORTE
	OPERACIÓN DEMORA








Nota. Descripción del proceso productivo

Análisis del flujograma de procesos de la compra de materia prima

- **Selección de proveedores.** Los proveedores de los distintos insumos para la elaboración de la comida rápida serán tanto locales como de provincia, las hortalizas serán compradas a los diferentes productores locales y los demás insumos a los distintos proveedores de la provincia.

- **Pedido.** Los pedidos para la adquisición de los distintos insumos se realizarán, cuando el inventario haya alcanzado los valores mínimos, o ya no exista muchos insumos en las perchas del restaurante, todo ello dependerá de las ventas realizadas.
- **Transporte de los insumos bajo pedido.** Movilización de los alimentos hacia el restaurante.
- **Recepción y verificación de la materia prima.** Los proveedores realizaran la entrega al restaurante y se almacenará cada uno de los insumos en los lugares respectivos, verificando que el pedido sea el que se solicitó y no tenga ninguna anomalía.
- **Colocación de la mercadería en las perchas.** La materia prima será colocada en las perchas, congeladores, frigorífico, para poder mantenerlas frescas y listas para el uso y la preparación de la comida rápida.

Tabla 39
Flujograma de procesos de la compra de materia prima

N°	Actividad	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Operación Demora	Tiempo
1	Selección de proveedores							20 min
2	Pedido y cancelación							15 min
3	Transporte de los pedidos							1 h
4	Recepción de pedidos y alimentos							30 min
5	Colocación de productos en perchas							45 min
Total								2h: 50 min

Nota. Diagrama de flujo del proceso de compra de materia prima

Análisis del flujograma de procesos del servicio del restaurante

Ingreso al establecimiento. El restaurante se centrará en la prestación de un buen servicio al momento que el cliente ingrese al restaurante. En donde el cliente debe acercarse a caja a realizar el pedido, la persona saludara y preguntara que desea.






Entrega y análisis del menú. La persona que ingrese al restaurante podrá visualizar cada uno de los productos que se ofrecen, para que posterior a ello tome la decisión de lo que quiere consumir.

Recepción y servido del pedido. Una vez analizado lo que desea comprar, la persona encargada tomará el pedido, para que el departamento de producción lo haga, y luego encargarse de que el mismo llegue hasta la mesa donde se encuentra ubicado el cliente.

Pago. Una vez consumido el producto, el cliente cancelará por los productos adquiridos y el vendedor entregará el cambio sí así lo amerita, facturará con los datos del cliente y realizará la postventa es decir preguntará si el servicio y productos estuvo de acuerdo su gusto y preferencia.

Salida. El cliente se retira del restaurante

Tabla 40
Flujograma de procesos de servicio del restaurante

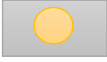




N°	Actividad	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Operación Demora	Tiempo
1	Ingreso al establecimiento							3 min
2	Entrega y análisis del menú							3 min
3	Recepción y servido del pedido							15 min
4	Pago							3 min
5	Salida							3 min
Total								27 min

Nota. La presente tabla muestra el flujograma de procesos del servicio de restaurante







Análisis del flujograma de procesos de la preparación de los distintos productos de comida rápida.

- 1. Transformación de la materia prima y elaboración de los productos:** Una vez receiptado los pedidos se procede a elaborar el pedido, cabe recalcar que el personal encargado de la preparación de los distintos platos llegará una hora antes para poder realizar la preparación de salsas, ensaladas para poder añadirlo al producto principal.
- 2. Control de calidad de los productos:** Una vez preparado el producto se verifica que todo esté en buenas condiciones y que no haya ningún inconveniente.
- 3. Empaquetado de los productos:** Se procede a colocarlos en cada uno de los envases correspondientes de acuerdo a los productos.
- 4. Entrega del producto al consumidor final:** Una vez colocado el producto en los envases, el vendedor procederá a servir a los clientes su pedido.

Tabla 41*Diagrama de flujo de procesos de hot dogs*








N°	Actividad	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Operación Demora	Tiempo
1	Calentado del pan y salchicha							2 min
2	Selección del envase							30 seg
3	Colocación del pan y salchicha en el envase							30 seg
4	Colocación de ensalada y salsa							30 seg
5	Colocación de papas trozadas							30 seg
Total								4 min

*Nota. La presente tabla muestra el flujograma de elaboración de hot dogs***Tabla 42***Diagrama de flujo de procesos de la salchipapa*








N°	Actividad	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Operación Demora	Tiempo
1	Freír papa							2 min
2	Freír salchicha							1 min
3	Armado de la salchipapa							1 min
4	Colocación de ensaladas y salsas							30 seg
5	Colocación de trinche							30 seg
Total								5 min

Nota. La presente tabla indica el proceso de producción de las salchipapas.

Tabla 43*Diagrama de flujo de procesos de hamburguesas*






N°	Actividad	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Operación Demora	Tiempo
1	Freír la carne							2 min
2	Cortar cebolla							1 min
3	Cortar tomate							1 min
4	Cortar lechuga							1 min
5	Armar hamburguesa							4 min
6	Colocar aderezos							30 seg
7	Empaquetar							30 seg
Total								5 min

*Nota. La presente tabla indica el proceso de producción de las hamburguesas***Tabla 44***Diagrama de flujo de las pizz*

N°	Actividad	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Operación Demora	Tiempo
1	Colocación de los distintos aditivos a la masa							1 min
2	Colocación de la pizza en el horno							1 min
3	Cocción de la pizza							8 min
4	Sacar la pizza del horno							1 min
5	Colocación en el empaque							2 min
6	Colocar aderezos							1 min
7	Entrega							1 min
Total								15 min

Nota. La presente tabla muestra el flujograma de proceso de producción de las pizzas

Tabla 45*Diagrama del flujo de procesos de papas fritas con pollo*

N°	Actividad	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Operación Demora	Tiempo
1	Calentar pollo							3 min
2	Freir papa							2 min
3	Sacar pollo							30 seg
4	Armado de la papa							30 seg
7	Colocar aderezos							30 seg
8	Entrega							30 seg
Total								7min

Nota. La presente tabla indica el flujograma de producción de papas fritas con pollo

7.2.3.2. Requerimientos - Componente tecnológico





El componente tecnológico hace referencia a la maquinaria y herramientas que serán necesarias para la producción de la comida rápida, en este caso equipo tecnológico será adquirido a los distribuidores e importadores nacionales directos con el fin de obtener precios bajos y tener una mayor garantía en la calidad de los mismos.


Maquinaria

Es aquella que necesita de una fuerza motriz en este caso la luz para su funcionamiento, la maquinaria requerida para la producción de la comida rápida es; freidora, horno, frigorífico, licuadora, picadora, peladora, grill, plancha, campana extractora de humo, que tienen las siguientes características:

Tabla 46
Maquinaria y especificaciones

Nombre de la maquinaria	Descripción general	Condiciones del uso tecnológico
<p data-bbox="443 412 568 443">Freidora</p> 	<p>Es ideal para freír grandes cantidades de papas (entre 30 y 40 kilos) en cada una de las tandas. La misma que incluye la plancha para hamburguesas.</p>	<p>Dimensiones 1,05 más, 47 cm de fondo, 87 cm de alto Pozo para dos canastas con capacidad de 10 litros de aceite Superficie de acero inoxidable.</p>
<p data-bbox="386 909 632 940">Horno para pizza</p> 	<p>Es una máquina especializada en la cocción de pizzas con tamaño de 40 x 40, potencia y forma específica para estos alimentos.</p>	<p>Marca: Cooper Chef. Potencia: 3 Kw. Voltaje: 220 V/60 Hz. Temperatura: 0 – 350 °C. Número de piedras: 2. Medida: 45 x 57 x 51.5 cm. Peso: 33 Kg.</p>
<p data-bbox="300 1406 453 1438">Frigorífico</p> 	<p>Sirve para mantener en buen estado los alimentos conservándolos en frío y manteniéndolos frescos.</p>	<p>Capacidad: 120 L Color: Silver Puerta: Puerta reversible, en lámina Manija incorporada lateral Puerta: Vidrio resistente Tipo de refrigerante: R600a</p>

Nombre de la maquinaria	Descripción general	Condiciones del uso tecnológico
<p data-bbox="432 309 582 338">Licuadaora</p> 	<p data-bbox="740 309 1070 613">Sirve para poder batir, y mezclar de manera rápida los distintos alimentos creando distintas salsas para acompañar los distintos productos.</p>	<p data-bbox="1098 309 1385 562">Capacidad en volumen: 1,25 litros Potencia: 700 W Cantidad de velocidades: 3</p>
<p data-bbox="300 712 560 745">Peladora de papas</p> 	<p data-bbox="740 712 1070 909">Sirve para poder pelar las papas necesarias para la elaboración de papas fritas</p>	<p data-bbox="1098 712 1385 1077">Peladora de papas Marca Osnox 25 libras Motor 220 voltios Potencia: 1.5 hp Capacidad en peso: 15 kg</p>
<p data-bbox="204 1155 491 1189">Horno para hot dogs</p> 	<p data-bbox="740 1155 1070 1413">Sirve para poder calentar los hot dogs y mantenerlos en temperaturas adecuada apta para el consumo.</p>	<p data-bbox="1098 1155 1385 1518">Es compacto por fuera y espacioso por dentro Apagado automático. Capacidad en libra: 52 Potencia: 2100 Frecuencia: 60 Hz 110 volts</p>
<p data-bbox="204 1592 715 1675">Campana Industrial extractora de humo</p> 	<p data-bbox="740 1592 1070 1733">Atrapa los olores limpiando el aire y la grasa</p>	<p data-bbox="1098 1592 1385 1899">Doble filtro metálico de fácil limpieza Voltaje de 110 v 3 velocidades Color Inox Frecuencia Hz</p>


Nombre de la maquinaria	Descripción General	Condiciones del uso tecnológico
Cilindro Industrial 	Son envases seguros y eficientes de transportar, almacenar y utilizar el gas licuado de petróleo, ideal para conectar a la cocina y cocinar alimentos.	Regulador de gas Goma que evita fugas Válvula que permite introducir y extraer el gas






Nota. Maquinaria y equipo utilizada en el restaurante

Herramientas

Para la elaboración de la comida rápida se debe contar con las herramientas necesarias para la preparación de cada uno de los productos, las mismas serán de gran utilidad en las tareas diarias que se realicen en el restaurante.

Tabla 47
Herramientas para la elaboración de la comida rápida

Nombre de las herramientas	Descripción general	Condiciones del uso tecnológico
Juego de cuchillos 	Es ideal para cortar todo tipos de productos, ya sean carnes y verduras.	Cuchillo de chef de 8 pulgadas, cuchillos multiusos. Peso por empaque: 1.110

Nombre de la herramienta	Descripción general	Componentes del uso tecnológico
Picadora de papas 	<p>Es una máquina especializada en la cocción de pizzas con tamaño de 40 x 40, potencia y forma específica para estos alimentos.</p>	<p>Marca: Cooper Chef. Potencia: 3 Kw. Voltaje: 220 V/60 Hz. Temperatura: 0 – 350 °C. Número de piedras: 2. Medida: 45 x 57 x 51.5 cm. Peso: 33 Kg.</p>
Corta pizzas 	<p>Ideal para realizar los cortes idóneos en las pizzas.</p>	<p>Cuchilla de acero inoxidable Diseño sofisticado Cuchilla redonda de 10.80 cm</p>
Pinzas 	<p>Sirve para poder dar la vuelta las carnes, y así evitar quemaduras.</p>	<p>Marca: Hotec Peso empaque: 0.740 kg Mango acolchado Resistente al calor.</p>
Tablas de picar 	<p>Sirve para poder asentar todos los productos y poderlos cortar de una manera uniforme.</p>	<p>Fácil de limpiar Con afilador de cuchillos Dimensiones: An24.5 x L 36 Rallador incorporado</p>
Espátula 	<p>Sirven para poder dar la vuelta la carne molida, que es esencial para la elaboración de hamburguesas.</p>	<p>Set de espátulas de hamburguesa de acero inoxidable.</p>

Nota. Herramientas utilizadas para la elaboración de comida rápida

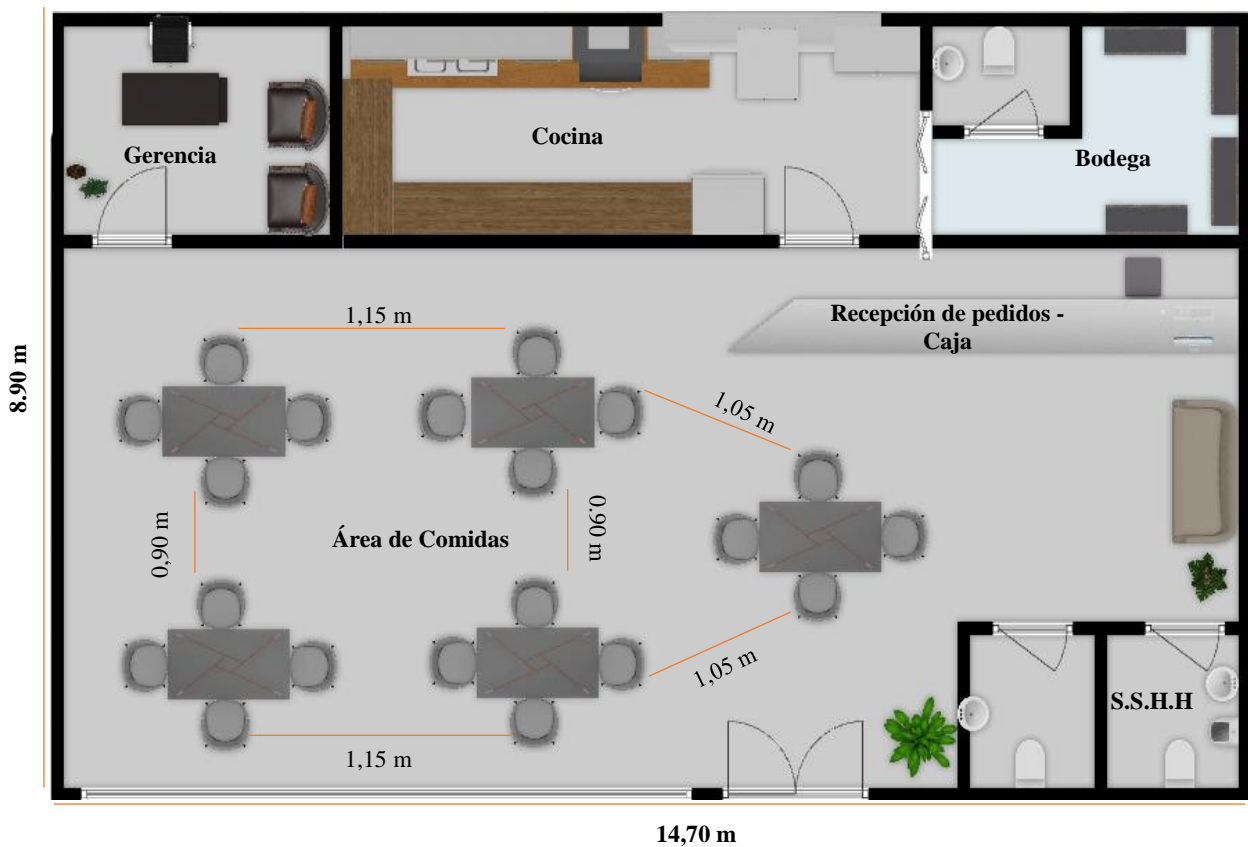
7.2.3.3. Infraestructura física

La infraestructura se relaciona con la parte física de la unidad productiva del restaurante, en este caso para poder iniciar las actividades se arrendará un local. Para la instalación de la máquina y todos los insumos necesarios para el restaurante, se tomará en cuenta un espacio de 70 m².

Distribución de planta

Figura 30

Distribución de planta del restaurante "SARADELI"



Nota. Elaboración propia

En la distribución de planta se contempla todas las áreas que comprende la empresa donde se pone a consideración cada uno de los departamentos que se requerirán para la operatividad del restaurante.

Esta distribución está hecha de acuerdo a las instalaciones del lugar donde funcionará la empresa, para este caso el restaurante contará con los siguientes departamentos; producción, administrativo, financiero, venta, y bodegas.

7.3. Estudio Administrativo y legal

7.3.1. Diseño Organizacional

Para la constitución de la presente unidad de negocio, cuya principal actividad es la venta de comida rápida es necesario considerar las normas y reglamentos que dispone la Constitución del Ecuador, la Ley de compañías, reglamentos respectivos que se encuentran actualmente en vigencia.

De acuerdo **al artículo 1 de la Ley de compañías**: el contrato de la compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

De la misma forma en el **artículo 92 de la Ley de Compañía**; determina que: La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos y quince personas, que solamente responden por obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso las palabras de “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura “Ltda”.

En el **artículo 93** se menciona que la compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho constituirla, no adquieren, la calidad de comerciantes. Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

Base Legal

Esta empresa se conformará bajo la modalidad de sociedad de responsabilidad limitada para la cual tiene que reunir los requisitos requeridos por la ley de Compañías que son los siguientes:

Art.1. (Razón social).- Para poder iniciar los trámites necesarios de legalización y constitución del restaurante es indispensable presentar el nombre de la empresa “SARADELI”.

Art.2. (Objeto Social). - La empresa de servicios “SARADELI” Ltda tendrá como objeto social de funcionamiento la venta de comida rápida en la ciudad de Saraguro, en el centro del mismo. Además, para la constitución del restaurante y el cumplimiento de su razón social será necesario el planteamiento correcto de aspectos como: niveles jerárquicos, organigramas, marco jurídico, reglamento, entre otros aspectos que son indispensables para su constitución.

Art.3. (Tipo de empresa). - La empresa estará constituida como Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Art.4. (Domicilio). - Su domicilio estará ubicado en las calles El Oro y Juan Antonio Montesinos.

Art.5. (Duración). - El plazo de duración para esta empresa será de 5 años a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado de socios siguiendo el procedimiento que señala la ley.

Art.6. (Número de socios). - El restaurante “SARADELI” Ltda, estará conformada por dos socios al inicio de su conformación.

Alexandra Maribel Cabrera Armijos

Yasmany Ismael Cabrera Armijos

Art.7. (Capital Social). - El restaurante se constituirá con el nombre de “SARADELI”, la misma que estará conformada por dos socios los cuales aportarán con el 50% de la inversión total, y el otro 50% mediante un préstamo a una entidad financiera en este caso al Ban Ecuador.

Art.8. (Derechos). - Las acciones dan derecho a voto en la junta general de socios a su valor pagado, para tomar parte de las juntas, es necesario que el socio conste como tal en el libro de acciones y socios.

Art.9. (Aumento de capital). - El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por la resolución de la junta general de socios, por los medios y en la forma establecida por la Ley de Compañías. Los socios tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporciones de las que tuvieron pagadas al momento de efectuar dicho aumento.

Art.10. (Responsabilidad). - La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones.

Art.11. (Solicitud de aprobación). - La presentación al superintendente de compañías o a su vez a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía a la que se adjudicará la solicitud, suscrita por abogada requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Art.12. (Marco Legal). - Al ser un restaurante de comida rápida, es decir dedicado a la venta de productos de comida rápida, se debe aplicar un marco legal correspondiente a una nueva instalación y además cumplir con las exigencias que dispone el municipio de la ciudad, los cuales son indispensables para el funcionamiento del restaurante.

Código de Trabajo

Regula la relación que hay entre empleados y empleadores, así como las diversas formas de contratación de trabajo que se pueden dar dentro del restaurante, cumpliendo con los beneficios de ley de cada uno de los empleados.

Acta Constitutiva

La empresa dedicada a la venta de comida rápida tal como; hot dogs, salchipapas, hamburguesa, pizzas y papas fritas con pollo. Estará conformada por dos socios quienes con sus aportes responderán por el valor de cada uno de los aportes que realicen en el restaurante.

Acta de constitución de la compañía de responsabilidad limitada “SARADELI”

A los 12 días del mes de agosto del 2023 se reúnen los socios, Alexandra Maribel Cabrera Armijos, mayor de edad, con C.I. 1105352659, de estado civil soltero, y; Yasmany Ismael Cabrera Armijos, mayor de edad, con C.I.11053452765 y de estado civil soltero, creadores de la empresa “SARADELI” Ltda, manifiestan la voluntad de constituir una compañía de responsabilidad limitada la cual se regirá por los siguientes estatutos:

Razón Social: De acuerdo a lo estipulado en la base legal para la conformación de la empresa bajo el concepto de la compañía de responsabilidad limitada, el nombre de la empresa quedaría constituido como: “SARADELI”

Domicilio: La empresa “SARADELI” se encontrará ubicada en la provincia de Loja, cantón Saraguro, en las calles El Oro y Juan Antonio Montesinos, junto a la Cooperativa de Ahorro y crédito Jardín Azuayo.

Objeto de la sociedad: La empresa está destinada a la venta de comida rápida, quedando estipulado que el objeto de la sociedad es única y específicamente para esta actividad. Además, se establece que uno de los objetivos que tiene la implementación de esta empresa es generar fuentes de empleo y también la satisfacción de una necesidad.

Capital Social: El capital social con el que la empresa inicia se realiza de acuerdo al Art.102 de la Ley de Compañías que determina que el capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. De esta forma el aporte de cada uno de los socios que comprenderá el monto del capital social del 50%, y el otro 50% restante se realizará mediante financiamiento externo de una entidad financiera.

Plazo: El plazo de duración de la empresa es de 5 años, a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil; sin embargo, la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

Administración: La administración de la sociedad corresponde por derecho a los socios, pero estos convienen en delegarla a un gerente, con la facultad de representar a la sociedad.

Tipo de empresa

El restaurante de comida rápida es una empresa que pertenece al sector secundario ya que el mismo se encargará de transformar materias primas en productos terminados como; salchipapas, hot dogs hamburguesas y pizzas, de la misma forma es una unidad económica que está conformada por menos de 10 trabajadores y por ende es microempresa, por otro lado, su ámbito de actuación será como empresa privada, ya funcionará bajo las inversiones y el aporte de los socios

7.3.2. Filosofía Empresarial

- **Misión**

Figura 31

Misión de la empresa

MISIÓN

Nuestra misión es proporcionar a nuestros clientes una experiencia gastronómica rápida y deliciosa, ofreciendo productos frescos, sabrosos y de calidad que satisfagan cada uno de tus antojos, manteniendo altos estándares de calidad y servicio. Nuestro objetivo es hacer que la comida rápida sea una experiencia placentera para todos nuestros clientes, combinando sabor, rapidez y satisfacción en cada visita.

Nota. Elaboración propia

- **Visión**

Figura 32

Visión de la empresa

VISIÓN

Para el 2028 “SARADELI” se convertirá en el referente indiscutible en el mundo de la comida rápida a nivel de la provincia. Nuestra visión es que el restaurante sea el lugar de elección para quienes buscan comida rápida donde la rapidez y la frescura se fusionen en una experiencia culinaria inigualable. Aspiramos a dejar una huella positiva en el mundo mientras satisfacemos los antojos de nuestros clientes con productos excepcionales

Nota. Elaboración propia

Figura 33

Valores empresariales

- **Valores**

VALORES

➤ **Respeto**

Fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso, donde todos los empleados sean tratados con dignidad y respeto, independientemente de su posición.

➤ **Honestidad**

Fomentar la honestidad en todas las interacciones, tanto con los empleados como con los clientes.

Mostar transparencia en la preparación de los alimentos y la calidad de los ingredientes.

➤ **Responsabilidad Social y Ambiental**

Implementar prácticas de sostenibilidad, como el reciclaje, la reducción del desperdicio de alimentos y la gestión eficiente de la energía y el agua en la operación del restaurante.

➤ **Trabajo en Equipo**

Fomenta la colaboración y la comunicación efectiva entre los miembros del equipo, ya que esto garantiza un servicio rápido y eficiente.

➤ **Puntualidad**

Inculcar la importancia de la puntualidad a través del ejemplo y la comunicación clara.

Nota. Elaboración Propia

7.3.2.1.Estructura Organizacional

Una de las actividades también importantes dentro de una empresa es la realización de la estructura organizacional, en ella por medio de los organigramas se define los puestos de trabajo y cuáles serán las funciones a desempeñar por cada uno de los miembros de la empresa dentro de su nivel jerárquico correspondiente.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

- **Nivel Legislativo**

Está conformado por los socios legalmente constituidos, es el máximo nivel de dirección de la empresa, encargados de dictar las políticas y reglamentos bajo los cuales la misma entrará en funcionamiento.

- **Nivel Ejecutivo**

Lo conforma el Gerente o Administrador mismo que lo designa el directivo de la empresa y estará a cargo de la gestión operativa de la empresa, ya que de su gestión depende el éxito o fracaso de la misma.

- **Nivel Asesor**

Lo constituye el órgano colegiado que orienta aquellas decisiones que merecen un tratamiento especial, cada empresa tiene un asesor jurídico, pero también en este nivel pueden existir asesores de otras áreas si el caso o la empresa lo requiere.

- **Nivel de Apoyo- Auxiliar**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que están vinculados directamente con las actividades administrativas de la empresa

- **Nivel Operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que están vinculados directamente con las actividades de producción y venta del restaurante.

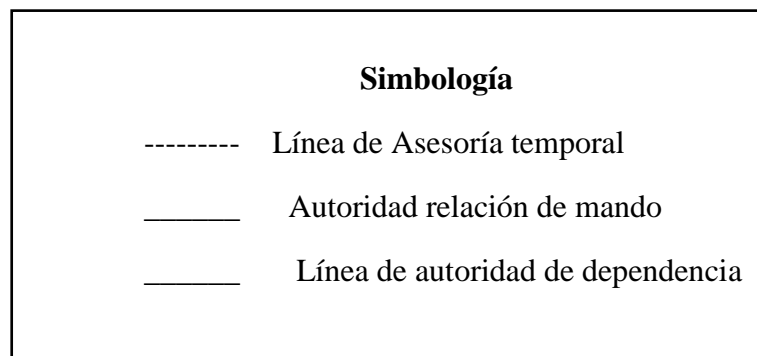
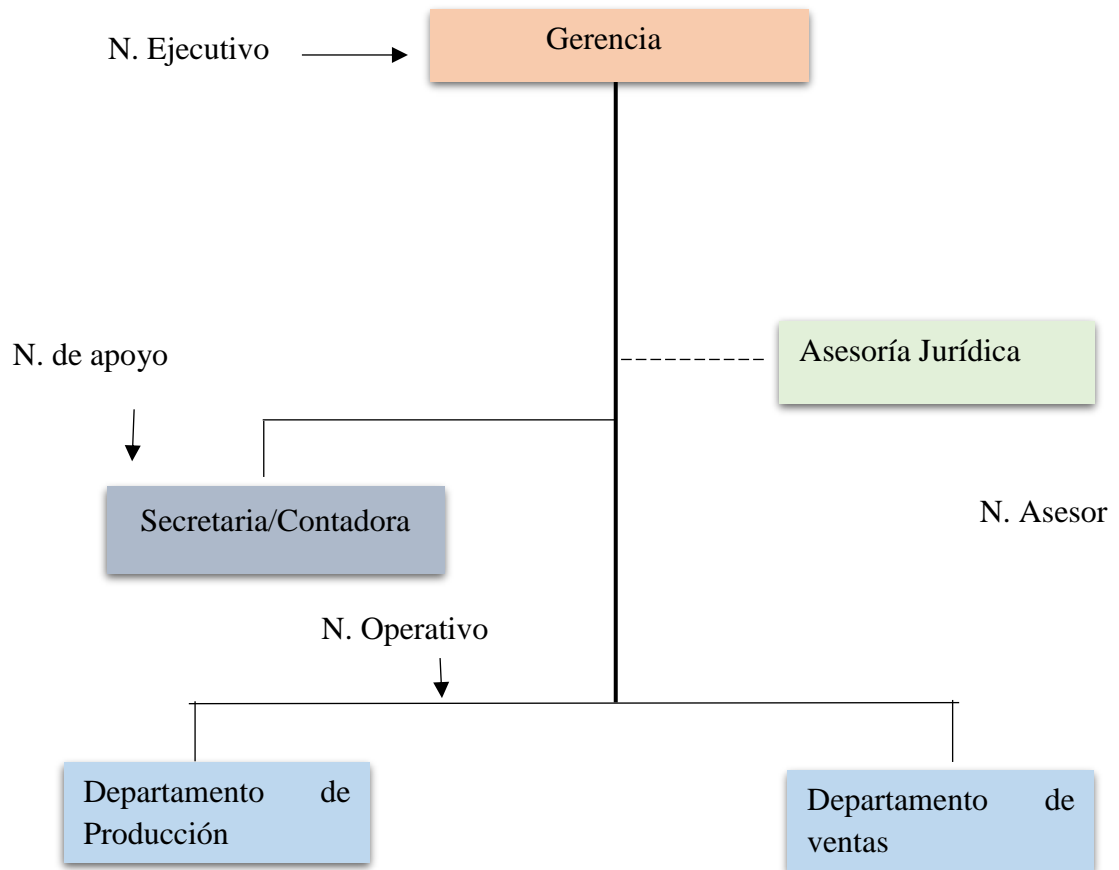
Organigramas

Los organigramas constituyen la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa entre los más destacados se tiene, el estructural, funcional y posicional.

Organigrama Estructural del restaurante “SARADELI”

Figura 34

Organigrama estructural

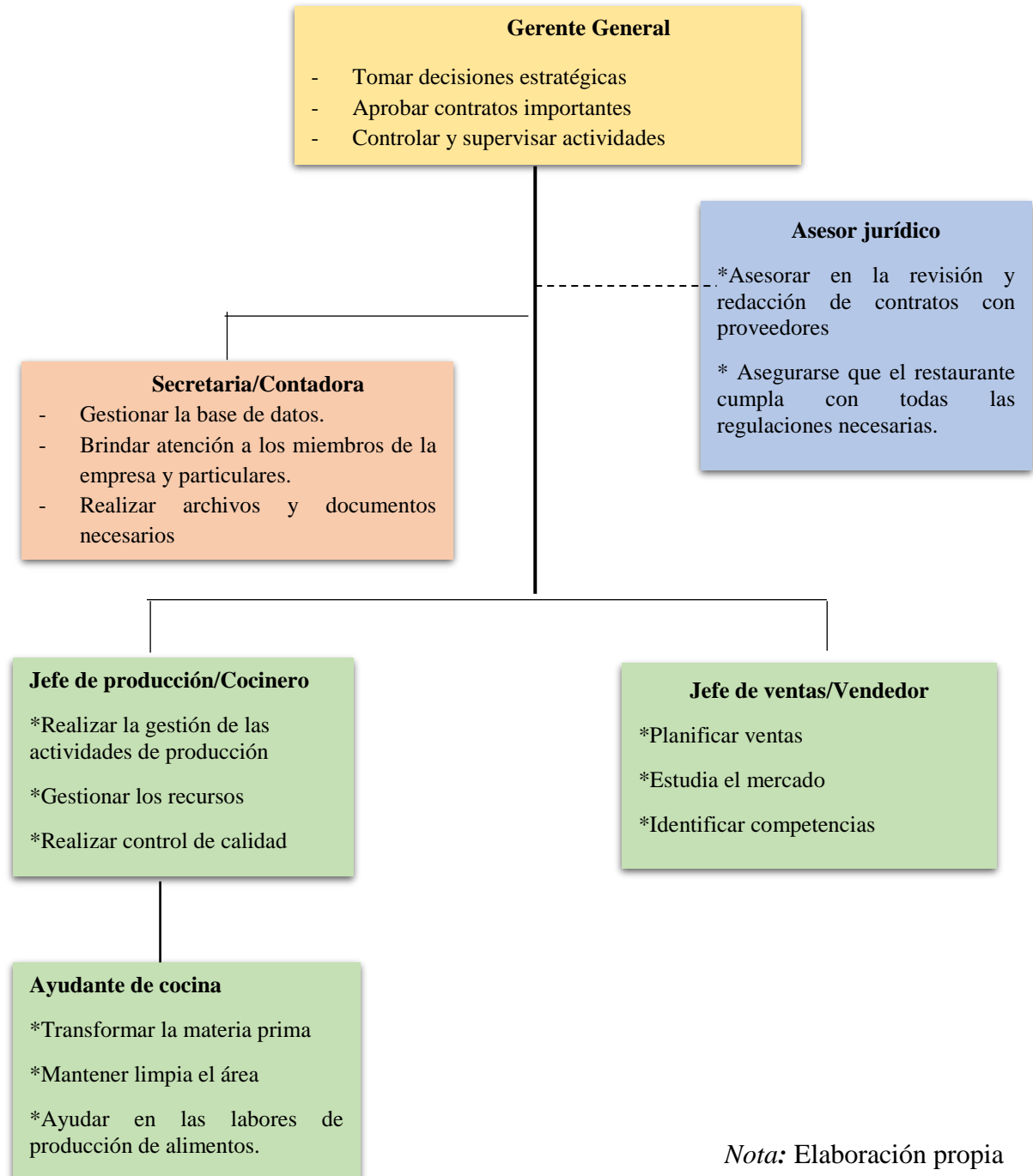


Nota: Elaboración propia

Organigrama Funcional del restaurante "SARADELI"

Figura 35

Organigrama Funcional del restaurante "SARADELI"

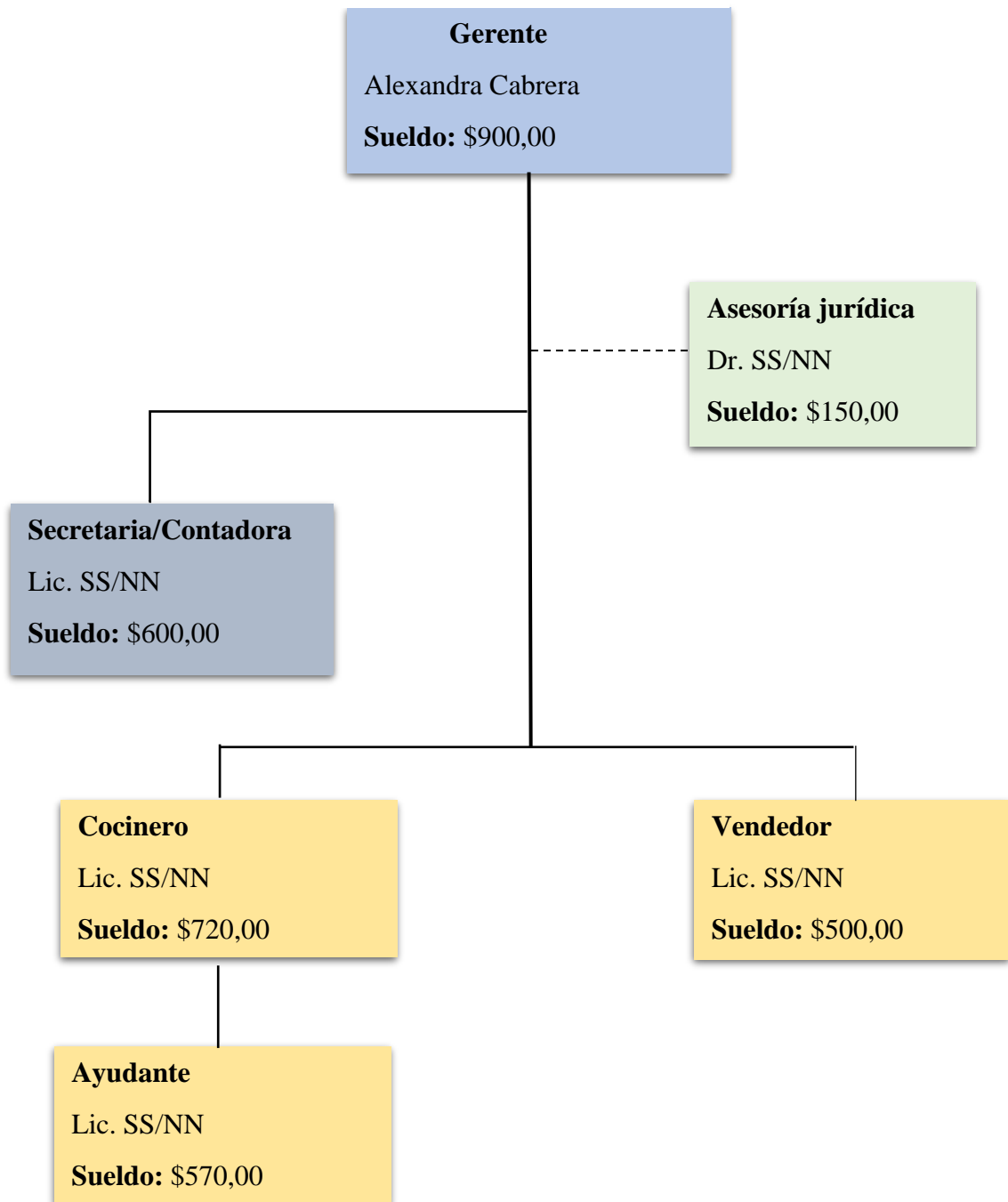


Nota: Elaboración propia

Organigrama de posición del restaurante "SARADELI"

Figura 36:

Organigrama posicional del restaurante "SARADELI"




Nota: Elaboración propia.

7.3.2.2.Manuales de Funciones

Manual de Funciones para el gerente

Tabla 48

Manual de funciones para el gerente


MANUAL DE FUNCIONES		RESTAURANTE "SARADELI"	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
CÓDIGO	001		
DEPARTAMENTO	Administrativo		
TITULO DE PUESTO	Gerente General		
SUPERIOR INMEDIATO	Accionistas		
SUBALTERNADOS	Nivel operativo y Auxiliar de la empresa		
NATURALEZA DEL CARGO			
Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar los recursos para el cumplimiento de los objetivos de la empresa "SARADELI" en trámites legales con el fin de llevar a cabo los objetivos establecidos por los socios; y reportar información clara y concisa a la junta general de socios de todas actividades realizadas de la empresa cada mes como periodo establecido			
FUNCIONES PRINCIPALES			
<ul style="list-style-type: none">❖ Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar la marcha de la empresa en los aspectos financieros. Vigilar que se lleve a cabo la toma de decisiones.❖ Definir y elaborar la planeación estratégica de la empresa.❖ Mantener relaciones personales y públicas entre agentes comerciales y clientes.❖ Facilitar el desarrollo de un ambiente de trabajo agradable de colaboración y responsabilidad.❖ Explicar las políticas y procedimientos a todos los empleados y hacer seguimiento para asegurar que estos temas han sido comprendidos y puestos en práctica.❖ Supervisar todas las actividades desarrolladas en la organización.			
RESPONSABILIDAD			
Es responsable de la planificación, organización y supervisión de las operaciones diarias de la empresa, garantizando el cumplimiento de objetivos y metas. Además, toma decisiones estratégicas, lidera al equipo, y establece políticas y procedimientos para lograr el éxito y la eficiencia operativa.			
REQUISITOS			
Titulo	Licenciado, Ingeniero en Administración de empresas		
Edad	25 años en adelante		
Experiencia	Mínimo dos años en cargos similares		

Nota: Elaboración propia.

Manual de funciones del Asesor Jurídico

Tabla 49

Manual de funciones para el Asesor Jurídico


MANUAL DE FUNCIONES	RESTAURANTE “SARADELI”	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
CÓDIGO	002	
DEPARTAMENTO	Asesoría	
TITULO DE PUESTO	Asesor Jurídico	
SUPERIOR INMEDIATO	Gerente	
SUBALTERNADOS	Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO		
<p>Asesorar a la Gerencia General y a todas las áreas de la empresa en todos los aspectos jurídicos inherentes a la operación, garantizando que su funcionamiento este en el marco legal establecido por las entidades gubernamentales en cuanto a las leyes que implica la constitución de la república y demás que impliquen a la empresa.</p>		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar Asesoría jurídica dentro del ámbito de influencia de la entidad, bajo la dirección y coordinación de la Gerencia General. • Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente cuando la gerencia general otorgue los debidos poderes, dentro de los distintos procesos que se adelantan en los distintos despachos judiciales. • Elaborar y revisar todos los contratos en los que participa la organización, así como las comunicaciones que pueda tener algún impacto legal para esta. • Emitir conceptos y atender consultas legales en todas las áreas, apoyándose cuando sea el caso en asesores externos. • Estudiar la legislación e informar a las diferentes instancias de la empresa sobre las normas que pueden tener impacto sobre ella. 		
RESPONSABILIDAD		
<p>Brindar orientación legal a la empresa, asegurando que las operaciones se ajusten a las leyes y regulaciones aplicables. Además, negocia contratos, gestiona asuntos legales y representa a la organización en disputas legales. Su función es salvar los intereses legales de la empresa y mitigar los riesgos legales.</p>		
REQUISITOS		
Titulo	Abogado, o máster universitario en asesoría jurídica.	
Edad	27 años en adelante	
Experiencia	Conocimientos legales, reglamentos y demás normas jurídicas.	

Nota. Elaboración propia

Manual de funciones de la secretaria/ Contadora

Tabla 50

Manual de Funciones para la secretaria/Contadora


MANUAL DE FUNCIONES	RESTAURANTE “SARA DELI”	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
CÓDIGO	003	
DEPARTAMENTO	Administrativo	
TITULO DE PUESTO	Secretaria	
SUPERIOR INMEDIATO	Gerencia	
SUBALTERNADOS	Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO		
Procesar información financiera, sacar resultados contables y realizar análisis financieros		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaborar, distribuir y archivar la correspondencia. ● Elaborar y presentar los documentos que requieran los socios ● Preparar los informes del área a su cargo y la Gerencia. ● Llevar y manejar el fólder de la compañía (Estatutos y Reglamentos) para nuevos accionistas. ● Mantener registros y archivos organizados, incluyendo informes, documentos importantes y registros comerciales. ● Programar reuniones, citas y eventos para el empleador o equipo, asegurándose de que se mantengan actualizados y coordinados. ● Tomar notas en reuniones y seguimiento de acciones acordadas, fechas límite y tareas pendientes. ● Mantener la confidencialidad de información sensible y proteger la privacidad de la empresa. ● Las demás que le asigne el Gerente. 		
RESPONSABILIDAD		
Brindar un apoyo eficiente en la gestión de la oficina y asistir a la alta dirección o equipo en la coordinación de tareas diarias. Esto incluye la organización de la agenda, la gestión de la correspondencia y llamadas, y la preparación de documentos, contribuyendo al funcionamiento eficaz de la empresa y facilitando la toma de decisiones.		
REQUISITOS		
Titulo	Licenciada en Contabilidad o funciones a fines	
Edad	23 años en adelante	
Experiencia	Mínimo dos años en cargos similares	

Nota: Elaboración propia

Manual de Funciones del Cocinero o Chef

Tabla 51

Manual de funciones para el Cocinero


MANUAL DE FUNCIONES	RESTAURANTE “SARADELI”	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
CÓDIGO	004	
DEPARTAMENTO	Producción	
TÍTULO DE PUESTO	Chef	
SUPERIOR INMEDIATO	Gerencia	
SUBALTERNADOS	Ayudante o Auxiliar	
NATURALEZA DEL CARGO		
<p>Es el encargado de supervisar el funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa “SARADELI”. Su objetivo es de cumplir en la dirección de los procesos productivos de la planta, para lograr eficiencia y eficacia obteniendo así productos de calidad.</p>		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa toda la transformación de la materia prima en producto terminado. • Es responsable de las existencias de materia prima, material de empaque y productos en proceso durante el desempeño de sus funciones. • Brindar a sus empleados todo el material necesario para un adecuado trabajo • Ejecuta y supervisa planes de seguridad industrial. • Controla la higiene y limpieza del restaurante 		
RESPONSABILIDAD		
<p>Responsable de la dirección de la cocina, supervisando la preparación de alimentos, creación de menús, control de calidad y gestión del personal de cocina. Su tarea es garantizar que los platos se preparen con los más altos estándares de sabor, presentación y seguridad alimentaria, contribuyendo al éxito gastronómico del restaurante.</p>		
REQUISITOS		
Titulo	Chef	
Edad	25 años en adelante	
Experiencia	Mínimo dos años en cargos similares	

Nota. Elaboración propia

Manual de funciones para el Ayudante de Cocina

Tabla 52

Manual de funciones para el ayudante de cocina


MANUAL DE FUNCIONES		RESTAURANTE "SARADELI"	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
CÓDIGO	004		
DEPARTAMENTO	Producción		
TÍTULO DE PUESTO	Ayudante de cocina		
SUPERIOR INMEDIATO	Chef		
SUBALTERNADOS	Ninguno		
NATURALEZA DEL CARGO			
Es el encargado de ayudar al chef en todas las actividades relacionadas a la producción de los distintos platos en el restaurante así mismo estar al tanto del funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa "SARADELI". Su objetivo es ayudar al cocinero para que los alimentos se preparen con rapidez.			
FUNCIONES PRINCIPALES			
<ul style="list-style-type: none">• Prepara los ingredientes, corta, pela, lava y mide los ingredientes según las recetas y las indicaciones del chef.• Mantener limpias y organizadas las estaciones de trabajo y utensilios del equipo de cocina.• Ayudar en la presentación y montaje de platos, asegurándose de que cumplan con los estándares de presentación establecidos.• Familiarizarse con los procedimientos y estándares de cocina específicos del establecimiento.			
RESPONSABILIDAD			
Responsable de la dirección de la cocina, supervisando la preparación de alimentos, creación de menús, control de calidad y gestión del personal de cocina. Su tarea es garantizar que los platos se preparen con los más altos estándares de sabor, presentación y seguridad alimentaria, contribuyendo al éxito gastronómico del restaurante.			
REQUISITOS			
Titulo		Chef	
Edad		23 años en adelante	
Experiencia		Sin experiencia	

Nota: Elaboración Propia

Manual de funciones del Vendedor

Tabla 53

Manual de funciones del Vendedor

MANUAL DE FUNCIONES	RESTAURANTE "SARADELI"	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
CÓDIGO	005	
DEPARTAMENTO	Mercadotecnia	
TÍTULO DE PUESTO	Vendedor	
SUPERIOR INMEDIATO	Gerencia	
SUBALTERNADOS	Ninguno	
NATURALEZA DEL CARGO		
Planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo que realiza dentro de la empresa. Es el encargado de brindar un buen trato a cada uno de los clientes del restaurante.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none">• Dar la bienvenida a los clientes.• Estar atento a los pedidos que realizan los clientes• Lidiar con las inquietudes o reclamos de la clientela.• Conocer y explicar las promociones especiales a los clientes, además de estar familiarizado con las políticas del restaurante• Realizar labores de limpieza en el área de atención al cliente.• Encargado de realizar los cobros y la elaboración de cada una de las notas de venta a los clientes.• Ser amable con los clientes y la disposición de atender cada una de sus inquietudes y necesidades.		
RESPONSABILIDAD		
Identificar las necesidades del cliente y ofrecer productos o servicios que satisfagan esas necesidades. Esto implica la generación de ventas, la construcción de relaciones con los clientes, la presentación de productos de manera efectiva y el cumplimiento de cuotas de venta, contribuyendo al crecimiento y la rentabilidad de la empresa. Así mismos el encargado del manejo del dinero de las ventas del día.		
REQUISITOS		
Título	Servicio de atención al cliente	
Edad	22 años en adelante	
Experiencia	Sin experiencia.	

Nota: Elaboración Propia

7.4. Estudio Financiero

Para esta parte del proyecto se considera los requerimientos de los activos fijos, diferidos y circulantes que el restaurante utilizará para poner en marcha sus actividades.

7.4.1. Inversiones

Para determinar el presupuesto de inversión es necesario especificar aquellos activos que son indispensables; activo fijo, activo diferido, activo circulante, los cuales se los debe depreciar, amortizar y proyectarlos.

7.4.1.1. Activos Fijos

Los activos fijos son los bienes tangibles que se utilizarán para el proceso productivo y demás actividades del restaurante una vez que entre en funcionamiento

Maquinaria y Equipo: Corresponde a toda la tecnología necesaria para realizar el proceso productivo.

Tabla 54
Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Freidora Industrial	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Horno para pizza	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Frigorífico	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Licuadora	1	\$ 93,00	\$ 93,00
Peladora de Papas	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Horno de hot dogs	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Microondas	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Campana extractora de humo	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Cilindro Industrial	3	\$120,00	\$360,00
Total			\$ 3.938,00

Nota. La presente tabla indica la maquinaria necesaria para que el restaurante inicie su proceso productivo.

Tabla 55
Depreciación Maquinaria y Equipo

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 3.938,00
1	\$ 354,42	\$ 354,42	\$ 3.583,58
2	\$ 354,42	\$ 708,84	\$ 3.229,16
3	\$ 354,42	\$ 1.063,26	\$ 2.874,74
4	\$ 354,42	\$ 1.417,68	\$ 2.520,32
5	\$ 354,42	\$ 1.772,10	\$ 2.165,90
6	\$ 354,42	\$ 2.126,52	\$ 1.811,48
7	\$ 354,42	\$ 2.480,94	\$ 1.457,06
8	\$ 354,42	\$ 2.835,36	\$ 1.102,64
9	\$ 354,42	\$ 3.189,78	\$ 748,22
10	\$ 354,42	\$ 3.544,20	\$ 393,80

Nota. La presente tabla indica la depreciación de la maquinaria y equipo para la vida útil del proyecto

Descripción:

Para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula matemática: primero para sacar el valor residual se multiplica el valor del activo por el porcentaje de depreciación; ($\$3.938,00 * 10\% = \$393,80$), luego de ello se saca la depreciación anual, multiplicando el valor del activo menos el valor residual, todo esto dividió para el número de años de vida útil del bien; $(\$3.938,00 - \$393,80) / 10$. Para el cálculo de la depreciación acumulada se suma la depreciación del primer año más la depreciación del año consecutivo, de igual forma para el cálculo del valor en libros actual se resta el valor en libros del año 1 menos la depreciación anual.

Este procedimiento se lo aplica para cada uno de los activos fijos.

- **Herramientas:** Se refiere a aquellos materiales que ayudan a la producción de la comida rápida.

Tabla 56
Herramientas

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Juegos de Cuchillos	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Picadora	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Cortadora de pizzas	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Tablas de picar	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Pinzas	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Espátula	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Ralladores	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Recipientes de Almacenaje	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Juego de Cucharas	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Total			\$ 177,00

Nota. La presente tabla indica las herramientas y utensilios para llevar a cabo el proceso productivo

Tabla 57
Depreciación de Herramientas

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 177,00
1	\$ 15,93	\$ 15,93	\$ 161,07
2	\$ 15,93	\$ 31,86	\$ 145,14
3	\$ 15,93	\$ 47,79	\$ 129,21
4	\$ 15,93	\$ 63,72	\$ 113,28
5	\$ 15,93	\$ 79,65	\$ 97,35
6	\$ 15,93	\$ 95,58	\$ 81,42
7	\$ 15,93	\$ 111,51	\$ 65,49
8	\$ 15,93	\$ 127,44	\$ 49,56
9	\$ 15,93	\$ 143,37	\$ 33,63
10	\$ 15,93	\$ 159,30	\$ 17,70

Nota. Depreciación de las herramientas para la vida útil del proyecto

- **Muebles y Enseres. De Administración:** Son aquellos bienes que utilizará el restaurante en los distintos departamentos, como el administrativo y planta.

Tabla 58
Muebles y Enseres de Administración

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Sillas	3	\$ 65,00	\$ 195,00
Escritorio ejecutivo	1	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 255,00

Nota. La presente tabla indica los muebles y enseres de Administración del restaurante

Tabla 59*Depreciación de muebles y enseres de Administración*

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 255,00
1	\$ 22,95	\$ 22,95	\$ 232,05
2	\$ 22,95	\$ 45,90	\$ 209,10
3	\$ 22,95	\$ 68,85	\$ 186,15
4	\$ 22,95	\$ 91,80	\$ 163,20
5	\$ 22,95	\$ 114,75	\$ 140,25
6	\$ 22,95	\$ 137,70	\$ 117,30
7	\$ 22,95	\$ 160,65	\$ 94,35
8	\$ 22,95	\$ 183,60	\$ 71,40
9	\$ 22,95	\$ 206,55	\$ 48,45
10	\$ 22,95	\$ 229,50	\$ 25,50

Nota. La presente tabla muestra la depreciación de muebles y enseres de planta para la vida útil del proyecto.

- **Muebles y enseres de planta:** Hace referencia a los elementos físicos y objetos que formarán parte del restaurante de comida rápida.

Tabla 60*Muebles y enseres de Planta*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Sillas	20	\$ 65,00	\$ 1.300,00
Dispensador de Jabón	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Dispensador de Servilletas de mano	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Mesas	5	\$ 130,00	\$ 650,00
Mostrador de restaurante	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Perchas	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Televisor de 50 pulgadas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Total			\$ 2.902,00

Nota. La presente tabla muestra los muebles y enseres que utilizara el restaurante.

Tabla 61*Depreciación muebles y enseres de Planta*

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 2.902,00
1	\$ 261,18	\$ 261,18	\$ 2.640,82
2	\$ 261,18	\$ 522,36	\$ 2.379,64
3	\$ 261,18	\$ 783,54	\$ 2.118,46
4	\$ 261,18	\$ 1.044,72	\$ 1.857,28
5	\$ 261,18	\$ 1.305,90	\$ 1.596,10
6	\$ 261,18	\$ 1.567,08	\$ 1.334,92
7	\$ 261,18	\$ 1.828,26	\$ 1.073,74
8	\$ 261,18	\$ 2.089,44	\$ 812,56
9	\$ 261,18	\$ 2.350,62	\$ 551,38
10	\$ 261,18	\$ 2.611,80	\$ 290,20

Nota. La presente tabla muestra la depreciación de muebles y enseres de planta para la vida útil del proyecto.

- **Equipo de Oficina:** Hace referencia a los dispositivos y elementos utilizados en un entorno de oficina para realizar tareas administrativas, facilitar la comunicación y mejorar la eficiencia del trabajo.

Tabla 62*Equipo de Oficina*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Teléfono Celular	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Caja registradora	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Total			\$ 300,00

Nota. La presente tabla muestra el equipo de oficina que utilizará el restaurante

Tabla 63*Depreciación Equipo de Oficina*

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 300,00
1	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 273,00
2	\$ 27,00	\$ 54,00	\$ 246,00
3	\$ 27,00	\$ 81,00	\$ 219,00
4	\$ 27,00	\$ 108,00	\$ 192,00
5	\$ 27,00	\$ 135,00	\$ 165,00
6	\$ 27,00	\$ 162,00	\$ 138,00
7	\$ 27,00	\$ 189,00	\$ 111,00
8	\$ 27,00	\$ 216,00	\$ 84,00
9	\$ 27,00	\$ 243,00	\$ 57,00
10	\$ 27,00	\$ 270,00	\$ 30,00

Nota. La presente tabla muestra la depreciación del equipo de oficina para la vida útil del proyecto.

Equipo de cómputo: Hace referencia al conjunto de dispositivos y recursos informáticos utilizados para procesar, almacenar y gestionar información. Estos equipos son fundamentales para llevar a cabo diversas tareas empresariales y administrativas

Tabla 64*Equipo de cómputo*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Laptop	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
Impresora	1	\$ 289,00	\$ 289,00
Regulador de voltaje	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Total			\$ 1.904,00

Nota. Equipo de cómputo que utilizará el restaurante

Descripción:

Para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula matemática: primero para sacar el valor residual se multiplica el valor del activo por el porcentaje de depreciación; ($\$1.904,00 \times 33,33\% = \$634,60$), luego de ello se saca la depreciación anual, multiplicando el valor del activo menos el valor residual, todo esto dividido para el número de años de vida útil del bien; $(\$1.904,00 - \$634,60) / 3$. Para el cálculo de la depreciación acumulada se suma la depreciación del primer año más la depreciación del año consecutivo, de igual forma para el cálculo del valor

en libros actual se resta el valor en libros del año 1 menos la depreciación anual. Este procedimiento se lo usa en el rubro de equipo de cómputo.

Tabla 65

Depreciación del equipo de cómputo

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 1.904,00
1	\$ 423,13	\$ 423,13	\$ 1.480,87
2	\$ 423,13	\$ 846,26	\$ 1.057,74
3	\$ 423,13	\$ 1.269,40	\$ 634,60

Nota. Depreciación del equipo de cómputo de acuerdo a su vida útil

Reinversión del Equipo de Computo: La reinversión del equipo de cómputo es la compra o la nueva adquisición de estos productos después que los mismos hayan cumplido con su vida útil, esta reinversión se la realiza con la finalidad de seguir con las funciones que desempeña la empresa, por lo que se adquiere nuevo producto para el 4to y 5to año, tomando como referencia la tasa de inflación del 1,69%.

Tabla 66

Reinversión del equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Laptop	2	\$ 841,25	\$ 1.682,50
Impresora	1	\$ 303,90	\$ 303,90
Regulador de voltaje	1	\$ 15,77	\$ 15,77
Total			\$ 2.002,17

Nota. Reinversión del equipo de cómputo

Tabla 67

Depreciación de la reinversión del equipo de cómputo

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 2.002,17
1	\$ 444,95	\$ 444,95	\$ 1.557,22
2	\$ 444,95	\$ 889,90	\$ 1.112,27
3	\$ 444,95	\$ 1.334,85	\$ 667,32

Nota. Depreciación de la reinversión del equipo de cómputo para la vida útil del proyecto

- **Equipo de Seguridad:** Son aquellos equipos que protegen la empresa ante cualquier situación o riesgo que la misma este expuesta

Tabla 68

Equipo de Seguridad y Salud

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cámaras	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Extintor clase K y A	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Botiquín de metal de pared	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Total			\$ 240,00

Nota. Equipo de Seguridad y salud utilizado en el restaurante

Tabla 69

Depreciación del equipo de Seguridad y Salud

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 240,00
1	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 218,40
2	\$ 21,60	\$ 43,20	\$ 196,80
3	\$ 21,60	\$ 64,80	\$ 175,20
4	\$ 21,60	\$ 86,40	\$ 153,60
5	\$ 21,60	\$ 108,00	\$ 132,00
6	\$ 21,60	\$ 129,60	\$ 110,40
7	\$ 21,60	\$ 151,20	\$ 88,80
8	\$ 21,60	\$ 172,80	\$ 67,20
9	\$ 21,60	\$ 194,40	\$ 45,60
10	\$ 21,60	\$ 216,00	\$ 24,00

Nota. La presente tabla muestra la depreciación del equipo de seguridad para los años de vida útil

Resumen Activos Fijos

El valor total de los activos fijos que la empresa deberá disponer para el funcionamiento del mismo es de \$9.356,00

Tabla 70*Resumen de Activos Fijos*

Maquinaria y Equipo	\$ 3.578,00
Herramientas	\$ 177,50
Muebles y Enseres de Administración	\$ 255,00
Muebles y Enseres de Planta	\$ 3.022,00
Equipo de Oficina	\$ 300,00
Equipo de Cómputo	\$ 1.904,00
Equipo de Seguridad	\$ 240,00
Total, Activo Fijo	\$ 9.476,00

Nota. La presente tabla indica el resumen de activos fijos y el valor correspondiente que el restaurante deberá disponer para que pueda realizar sus actividades.

7.4.1.2. Activos Diferidos

Los activos diferidos son aquellos estudios y demás trámites necesarios que se realizaran para que el restaurante inicie sus actividades sin ningún inconveniente. Este rubro no significa egreso o salida de dinero en efectivo, si no que se liquida año tras año de acuerdo con lo que establece el proyecto que es para 5 años.

Tabla 71

Activos diferidos

Detalle	Total
Estudios Preliminares	\$ 500,00
Software de Facturación Electrónica	\$ 60,00
Adecuación de Instalaciones	\$ 1.500,00
Registro de marcas	\$ 400,00
Total	\$ 2.460,00

Nota. La presente tabla muestra los activos diferidos necesarios para que el restaurante inicie sus actividades.

Descripción

Para la obtención de la amortización del activo diferido se realiza la siguiente operación; se divide el valor total de activos diferidos para 5 años ($2.460/5 = 492$), así mismo la amortización acumulada es la suma de la amortización anual del año actual con el año anterior; y el valor en libros se obtiene mediante la resta del valor actual en libros con la amortización anual.

Tabla 72*Amortización Activos Diferidos*

Años	Amortización Anual	Amortización Acumulada	Valor en Libros
0	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 2.460,00
1	\$ 492,00	\$ 984,00	\$ 1.968,00
2	\$ 492,00	\$ 1.476,00	\$ 1.476,00
3	\$ 492,00	\$ 1.968,00	\$ 984,00
4	\$ 492,00	\$ 2.460,00	\$ 492,00
5	\$ 492,00	\$ 2.952,00	\$ -

Nota. La presente tabla indica la amortización del activo diferido para 5 años

7.4.1.3. Activo Circulante o Capital de Trabajo

Son aquellos recursos necesarios para que la empresa pueda realizar sus operaciones con normalidad, entre ellos está: la materia prima directa, mano de obra directa e indirecta, personal administrativo, ventas, y algunos otros materiales utilizados dentro de cada departamento. Dichos activos se calculan para el periodo de tiempo que se requiere realizar estos pagos hasta que la empresa genere sus propios ingresos.

Materia prima Directa. Son todos los insumos o materiales a utilizar para el proceso de producción de la comida rápida.

Tabla 73*Materia Prima Directa de hot dogs, salchipapas, hamburguesas, pizzas, papas fritas con pollo*

Detalle	Unidad de Medida	Cantidad Mensual	Precio Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Materia prima directa hot dogs					
Pan de hot dogs	Unidades	780	\$ 0,10	\$ 78,00	\$ 936,00
Salchicha Frankfurt	Libras	35	\$ 1,10	\$ 38,50	\$ 462,00
Lechuga	Unidades	20	\$ 0,25	\$ 5,00	\$ 60,00
Huevos	Cubetas	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Sal	Kilos	1	\$ 0,85	\$ 0,85	\$ 10,20
Papas picadas	Unidades	25	\$ 0,55	\$ 13,75	\$ 165,00
Total, Anual				\$ 140,10	\$ 1.681,20

Materia prima directa Salchipapas

Papas	Quintal	8	\$	23,00	\$	184,00	\$	2.208,00
Salchicha	Libras	60	\$	1,15	\$	69,00	\$	828,00
Aceite	caneca 20 litros	2	\$	45,00	\$	90,00	\$	1.080,00
Huevos	Cubetas	1	\$	4,00	\$	4,00	\$	48,00
Sal	kilos	1	\$	0,85	\$	0,85	\$	10,20
Total, Anual					\$	347,85	\$	4.174,20

Materia Prima directa Hamburguesa

Carne molida	Libras	60	\$	2,00	\$	120,00	\$	1.440,00
Pan de Hamburguesa	Unidades	650	\$	0,20	\$	130,00	\$	1.560,00
Huevos	Cubetas	1	\$	4,00	\$	4,00	\$	48,00
Sal	kilos	1	\$	0,85	\$	0,85	\$	10,20
Aceite	caneca 20 litros	1	\$	45,00	\$	45,00	\$	540,00
Lechuga	Unidades	15	\$	0,25	\$	3,75	\$	45,00
Cebolla	Libras	20	\$	0,50	\$	10,00	\$	120,00
Tomate	Cajas	2	\$	12,00	\$	24,00	\$	288,00
Ajo	Libras	2	\$	1,50	\$	3,00	\$	36,00
Papas	Quintal	2	\$	23,00	\$	46,00	\$	552,00
Total, Anual					\$	386,60	\$	4.639,20

Materia prima directa Pizza

Harina	Quintal	3	\$	55,00	\$	165,00	\$	1.980,00
Jamón	Libras	90	\$	1,50	\$	135,00	\$	1.620,00
Queso	Libras	75	\$	1,75	\$	131,25	\$	1.575,00
Piña	Unidades	35	\$	1,00	\$	35,00	\$	420,00
Levadura	funda (175g)	16	\$	2,19	\$	35,04	\$	420,48
Sal	Kilos	2	\$	0,85	\$	1,70	\$	20,40
Cebolla morada	Libras	25	\$	0,50	\$	12,50	\$	150,00
Azúcar	Kilos	1	\$	1,25	\$	1,25	\$	15,00
Orégano	funda (450 gr)	48	\$	3,00	\$	144,00	\$	1.728,00
Aceite	litros	1	\$	45,00	\$	45,00	\$	540,00
Tomate	Cajas	1	\$	12,00	\$	12,00	\$	144,00
Total, Anual					\$	717,74	\$	8.612,88

Materia prima directa Papas fritas con pollo						
Papas	Quintal	4	\$	23,00	\$	92,00 \$ 1.104,00
Pollo	Unidades de 5 libras	98	\$	7,00	\$	686,00 \$ 8.232,00
Aceite	caneca 20 litros	1	\$	45,00	\$	45,00 \$ 2.025,00
Huevos	Cubetas	2	\$	3,00	\$	6,00 \$ 18,00
Harina	Quintal	1	\$	50,00	\$	50,00 \$ 600,00
Sal	kilos	1	\$	0,85	\$	0,85 \$ 10,20
Total, Anual					\$ 879,85	\$ 11.989,20
TOTAL					\$ 2.472,14	\$ 31.096,68

Nota. La presente tabla indica, la materia prima directa necesaria para que el restaurante pueda producir la comida rápida e iniciar sus actividades.

Tabla 74

Proyección de materia prima de cada producto

Proyección de Materia Prima Directa Hot dogs		Proyección de Materia Prima Directa Salchipapas	
Años	Valor	Años	Valor
1	\$ 1.681,20	1	\$ 4.174,20
2	\$ 1.709,61	2	\$ 4.244,74
3	\$ 1.738,50	3	\$ 4.316,48
4	\$ 1.767,89	4	\$ 4.389,43
5	\$ 1.797,76	5	\$ 4.463,61
Proyección de Materia Prima Directa Hamburguesas		Proyección de Materia Prima Directa Pizzas	
1	\$ 4.639,20	1	\$ 8.612,88
2	\$ 4.717,60	2	\$ 8.758,44
3	\$ 4.797,33	3	\$ 8.906,46
4	\$ 4.878,40	4	\$ 9.056,97
5	\$ 4.960,85	5	\$ 9.210,04
Proyección de Materia Prima Directa Papas fritas con pollo		Proyección de Materia Prima General	
1	\$ 11.989,20	1	\$ 31.096,68
2	\$ 12.191,82	2	\$ 31.622,21
3	\$ 12.397,86	3	\$ 32.156,63
4	\$ 12.607,38	4	\$ 32.700,08
5	\$ 12.820,45	5	\$ 33.252,71

Nota. La presente tabla indica la proyección de materia prima directa para 5 años

Descripción:

Para el cálculo de la proyección se toma como referencia la tasa de inflación del año 2023 que es 1,69%. La proyección del año 2 de los hot dogs, se calcula multiplicando el valor del año anterior por el porcentaje de tasa de inflación anual y a ese resultado se le suma el valor del año 1, de la siguiente manera: $((1.681,20 * 1,69\%) + 1.681,200) = 1.709,61$, y este proceso se lo aplica para todos los demás años respectivamente y de la misma forma para cada una de las proyecciones de los activos circulantes.

- **Materiales Indirectos.** Son aquellos materiales utilizados en la fase final del proceso productivo de cada producto de comida rápida que el restaurante desea ofertar, a continuación, se presenta la tabla que los describe:

Tabla 75
Materiales Indirectos

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Precio Mensual	Precio Anual
Empaques de salchipapas	6	caja (200)	\$ 15,50	\$ 93,00	\$ 1.116,00
Empaques de Hamburguesas	7	caja (100)	\$ 14,00	\$ 98,00	\$ 1.176,00
Empaques de Pizzas	12	caja (30)	\$ 17,00	\$ 204,00	\$ 2.448,00
Empaques de Hot dogs	8	caja (100)	\$ 17,75	\$ 142,00	\$ 1.704,00
Empaques de papas fritas con pollo	11	caja (100)	\$ 15,45	\$ 169,95	\$ 2.039,40
Cargas de gas	2	unidad (65 kg)	\$ 18,60	\$ 37,20	\$ 446,40
Total				\$ 744,15	\$ 8.929,80

Nota. La presente tabla indica, los materiales indirectos necesarios para entregar un producto terminado

Tabla 76*Proyección Materiales Indirectos*

Proyección de Materiales Indirectos Hot dogs		Proyección de Materiales Indirectos Salchipapas	
Años	Valor	Años	Valor
1	\$ 1.704,00	1	\$ 1.116,00
2	\$ 1.732,80	2	\$ 1.134,86
3	\$ 1.762,08	3	\$ 1.154,04
4	\$ 1.791,86	4	\$ 1.173,54
5	\$ 1.822,14	5	\$ 1.193,38
Proyección de Materia Prima Directa Hamburguesas		Proyección de Materia Prima Directa Pizzas	
1	\$ 1.176,00	1	\$ 2.448,00
2	\$ 1.195,87	2	\$ 2.489,37
3	\$ 1.216,08	3	\$ 2.531,44
4	\$ 1.236,64	4	\$ 2.574,22
5	\$ 1.257,54	5	\$ 2.617,73
Proyección de Materia Prima Directa Papas fritas con pollo		Proyección de Materiales Indirectos	
1	\$ 2.039,40	1	\$ 8.929,80
2	\$ 2.073,87	2	\$ 9.080,71
3	\$ 2.108,91	3	\$ 9.234,18
4	\$ 2.144,55	4	\$ 9.930,24
5	\$ 2.180,80	5	\$ 9.548,93

Nota. La presente tabla muestra los materiales indirectos utilizados para la elaboración de la comida rápida

- **Bebidas.** Son aquellos productos o refrescos que serán quienes acompañen al producto principal, ya sea las salchipapas, pizzas, hamburguesas y papas fritas con pollo para poder entregar un producto final.

Tabla 77**Bebidas**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Gaseosas	500	\$ 0,20	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 100,00	\$ 1.200,00

Nota. La presente tabla indica la bebida que se comprar para ofertar en el restaurante

- **Materiales Indirectos de Ventas.** Son aquellos materiales que son complementarios pero que son necesarios para entregar un producto final.

Tabla 78*Materiales Indirectos de Venta*

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Precio	Precio Total	
			Unitario	Mensual	Total, Anual
Servilletas	9	9 pacas de 100 unidades 10 fundas de 100	\$ 1,75	\$ 15,75	\$ 189,00
Sorbetes	10	unidades 15 fundas de 100	\$ 0,85	\$ 8,50	\$ 102,00
Trinches	15	unidades	\$ 0,50	\$ 7,50	\$ 90,00
Vasos	5	5 fundas de 50 unidades	\$ 0,50		
TOTAL				\$ 34,35	\$ 411,00

Nota. La presente tabla muestra los materiales indirectos utilizados para la venta de cada uno de los productos de comida rápida.

Tabla 79*Proyección Materiales Indirectos de Ventas*

Años	Valor
1	\$ 411,00
2	\$ 417,95
3	\$ 425,01
4	\$ 432,19
5	\$ 439,50

Nota. Proyección de Materiales indirectos utilizados en la venta de comida rápida.

- **Indumentaria de Producción.** Se trata de los implementos necesarios que el personal del restaurante utilizará, para llevar a cabo las labores diarias de producción de comida rápida.

Tabla 80*Indumentaria de Producción*

Detalle	Cantidad mensual	Precio Unitario	Total, Mensual	Total, Anual
Camisetas	8	\$ 5,00	\$ 40,00	\$ 120,00
Mallas de titano	12	\$ 2,00	\$ 24,00	\$ 72,00
Guantes parrilleros	16	\$ 3,00	\$ 3,00	\$144,00
Total			\$ 112,00	\$336,00

Nota. La presente tabla muestra la indumentaria de producción necesaria para el personal del restaurante. Dicha indumentaria se la comprará 3 veces al año por ejemplo =8 camisetas *\$5,00 = \$40,00*3 veces que se comprará al año = \$120 dólares.

Tabla 81*Proyección Indumentaria de producción*

Años	Valor
1	\$ 336,00
2	\$ 341,68
3	\$ 347,45
4	\$ 353,32
5	\$ 359,30

Nota. La presente tabla indica la proyección de la indumentaria de proyección para los años de vida del proyecto.

- **Mano de Obra Directa:** son las personas que intervienen de manera directa en el proceso de elaboración de la comida rápida, y los cuales representan un costo para la empresa por las actividades que realizan, es decir el operario y el ayudante.

Tabla 82*Mano de Obra Directa*

Nómina- Detalles	Chef	Ayudante
Sueldo Básico	\$ 720,00	\$ 570,00
Décimo tercer sueldo	\$ 60,00	\$ 47,50
Décimo cuarto sueldo	\$ 37,50	\$ 37,50
Vacaciones	\$ 30,00	\$ 23,75
Aporte IESS	\$ 80,28	\$ 63,56
Aporte IECE y SECAP	\$ 7,20	\$ 5,70
Fondos Reserva	\$ 59,98	\$ 47,48
Líquido a pagar	\$ 994,96	\$ 795,49
Total, mensual	\$ 1.790,44	
Total, anual	\$ 21.485,30	

Nota. La presente tabla indica la mano de obra directa utilizada para el proceso de producción de la comida rápida.

Tabla 83*Proyección Mano de Obra Directa*

Años	Valor
1	\$ 21.485,30
2	\$ 22.142,75
3	\$ 22.820,32
4	\$ 23.518,62
5	\$ 24.238,29

Nota. La presente tabla indica la proyección de mano de obra directa para la vida útil del proyecto.

Descripción:

Para el cálculo de la proyección se toma como referencia la tasa de incremento salarial del año 2023 que es 3,06%. La proyección del año 2, se calcula multiplicando el valor del año anterior por el porcentaje de tasa de inflación anual y a ese resultado se le suma el valor del año 1, de la siguiente manera; $((21.485,30 * 3,06\%) + 21.485,30) = 22.142,75$, y este proceso se lo aplica para todos los demás años respectivamente y para cada uno de los sueldos del personal del restaurante.

- **Personal de Ventas.** Es el costo que representa las personas que realizan las actividades relacionadas con las ventas, marketing, caja, los mismos que ayudan a que el producto llegue a los consumidores.

Tabla 84

Sueldos de Ventas

Nómina- Detalles	Vendedor
Sueldo Básico	\$ 500,00
Décimo tercer sueldo	\$ 41,67
Décimo cuarto sueldo	\$ 37,50
Vacaciones	\$ 20,83
Aporte IESS	\$ 55,75
Aporte IECE y SECAP	\$ 5,00
Fondos Reserva	\$ 41,65
Líquido a pagar	\$ 702,40
Total, mensual	\$ 702,40
Total, año	\$ 8.428,80

Nota. La presenta tabla muestra el sueldo del personal de ventas.

Tabla 85

Proyección Sueldos de Ventas

Años	Valor
1	\$ 8.428,80
2	\$ 8.686,72
3	\$ 8.952,53
4	\$ 8.226,48
5	\$ 9.508,81

Nota. Proyección de sueldo de personal de ventas para los 5 años de vida del proyecto.

- **Personal Administrativo** Son aquellas personas que trabajarán dentro de una oficina y tienen cargos o funciones que no intervienen de ninguna manera en el proceso de elaboración de la comida rápida.

Tabla 86

Sueldos de Administración

Nómina - Detalle	Gerente	Asesor Jurídico	Contadora
Sueldo Básico	\$ 900,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Décimo tercer sueldo	\$ 75,00		-
Décimo cuarto sueldo	\$ 37,50		-
Vacaciones	\$ 37,50		-
Aporte IESS	\$ 100,35		-
Aporte ICE	\$ 9,00		-
Fondos Reserva	\$ 74,97		-
Líquido a pagar Mensual	\$ 1.234,32	\$ 150,00	\$ 50,00
Total, mensual	\$ 1.434,32	\$ 150,00	\$ 600,00
Total, año		\$ 15.561,84	

Nota. La presente tabla indica los sueldos del personal administrativo del restaurante. Hay que tomar en cuenta que el asesor jurídico se le pagara solo por tres veces al año un valor de \$50,00

Tabla 87

Proyección Sueldos de Administración

Años	Valor
1	\$ 15.561,84
2	\$ 16.038,03
3	\$ 16.528,80
4	\$ 17.034,58
5	\$ 17.555,84

Nota. La presente tabla muestra la proyección de los sueldos de administración para los 5 años de vida del proyecto.

- **Servicios básicos:** Son aquellos servicios que intervienen en el proceso de producción de la comida rápida y que son imprescindibles en cada uno de los departamentos de la empresa.

Tabla 88
Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Costo unitario mensual	Costo Mensual	Total, Anual
Agua	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Luz	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Internet	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Total			\$ 80,00	\$ 960,00

Nota. La presente Tabla indica los servicios básicos necesarios que utiliza el restaurante para la producción de comida rápida

Tabla 89
Proyección Servicios Básicos

Años	Valor
1	\$ 960,00
2	\$ 976,22
3	\$ 992,72
4	\$ 1.009,50
5	\$ 1.026,56

Nota. La presente tabla indica la proyección de los servicios básicos para la vida útil del proyecto.

- **Útiles de Oficina:** Son aquellos elementos que se utilizan para la realización de tareas administrativas del negocio.

Tabla 90
Útiles de Oficina

Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo anual
Cuaderno	Unidad	1	2	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Esferográfico	Unidad	3	6	0,3	\$ 0,90	\$ 5,40
Lápiz	Unidad	3	4	0,35	\$ 1,05	\$ 4,20
Borrador	Unidad	3	4	0,35	\$ 1,05	\$ 4,20
Sacapuntas	Unidad	3	1	0,5	\$ 1,50	\$ 1,50
Carpetas archivadoras	Unidad	1	6	1,8	\$ 1,80	\$ 10,80
Clips	Unidad	1	1	0,95	\$ 0,95	\$ 0,95
Tijera	Unidad	1	1	2	\$ 2,00	\$ 2,00
Goma	Unidad	1	1,5	2	\$ 2,00	\$ 3,00
Regla	Unidad	1	2	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Cinta scoch	Unidad	1	1,75	2	\$ 2,00	\$ 3,50
Perforadora	Unidad	2	1	2,6	\$ 5,20	\$ 5,20
Hojas de papel bond	Resma	1	2	3,25	\$ 3,25	\$ 6,50
Grapadora	Unidad	2	1	2,6	\$ 5,20	\$ 5,20
Grapas	Caja	1	1	1,1	\$ 1,10	\$ 1,10
Tinta de Impresora	Cartuchos	1	3	20,00	\$ 20,00	\$ 60,00
TOTAL					\$ 52,00	\$ 121,55

Nota. La presente tabla indica los útiles de oficina utilizados en el área administrativa del restaurante

Tabla 91*Proyección Útiles de Oficina*

Años	Valor
1	\$ 121,55
2	\$ 123,60
3	\$ 125,69
4	\$ 127,82
5	\$ 129,98

Nota. La tabla muestra la proyección de los útiles de oficina para los 5 años de vida del proyecto.

- **Útiles de Aseo:** Son aquellos costos necesarios en los que el restaurant incurre para la adquisición de los elementos necesarios para realizar el aseo de las instalaciones de cada uno de los departamentos, baños y demás lugares que sea requerido.

Tabla 92*Útiles de Aseo*

Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo anual
Escoba	Unidad	1	3	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 6,00
Trapeador	Unidad	1	4	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 7,20
Limpia mesas (Pinol)	Unidad	1	4	\$ 0,95	\$ 0,95	\$ 3,80
Jabón liquido	Unidad	2	5	\$ 2,60	\$ 5,20	\$ 26,00
Toallas de papel	Paquetes 150 u	2	12	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00
Papel Higiénico	Rollos 180 mts	2	12	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 38,40
Desinfectante	Galón	1	3	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 7,50
Lava	Unidad	1	12	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 21,00
Franela	Unidad	1	4	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 4,00
Basurero	Unidad	2	2	\$ 30,00	\$ 60,00	\$ 120,00
TOTAL					\$ 83,40	\$ 293,90

Nota. La presente tabla indica los útiles de aseo que el restaurante necesitará para realizar la limpieza.

Tabla 93
Proyección Útiles de Aseo

Años	Valor
1	\$ 173,90
2	\$ 176,84
3	\$ 179,83
4	\$ 182,87
5	\$ 185,96

Nota. Proyección de los útiles de aseo para la vida útil del proyecto

- **Publicidad.** Se refiere a los costos necesarios de mercadotecnia que envuelven la compra de un espacio en medios para divulgar los productos, servicio o marca de la comida rápida, con el objetivo de llegar el público objetivo e incentivarlo a comprar.

Tabla 94
Presupuesto Publicidad

Detalle	Cantidad mensual	Precio Unitario	Costo Mensual	Cantidad requerida anual	Costo Anual
Publicidad en Facebook	1	\$ 15,00	\$ 15,00	6	\$ 90,00
Publicidad en Instagram	1	\$ 20,00	\$ 20,00	6	\$ 120,00
Tarjetas de presentación	1	\$ 45,00	\$ 45,00	2	\$ 90,00
Orden de consumo gratis	1	\$ 4,00	\$ 4,00	12	\$ 48,00
TOTAL			\$ 84,00		\$ 348,00

Nota. La presente tabla indica el presupuesto de publicidad necesario para que el restaurante realice sus actividades promocionales

Tabla 95
Proyección de Publicidad

Años	Valor
1	\$ 348,00
2	\$ 353,88
3	\$ 359,86
4	\$ 365,94
5	\$ 372,13

Nota. La presente Tabla indica la proyección de publicidad para los 5 años del proyecto

- **Arriendo:** Se refiere a los costos necesarios de arrendamiento o localización de un espacio físico donde se lleva a cabo todas las actividades de la empresa.

Tabla 96*Presupuesto de Arriendo*

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Arriendo	1	\$ 300,00	\$300,00	\$ 3.600,00
TOTAL				\$ 3.600,00

Nota. La presente tabla indica el presupuesto de arriendo necesario para que la empresa realice las actividades.

Tabla 97*Proyección de Arriendo*

Años	Valor
1	\$ 3.600,00
2	\$ 3.660,38
3	\$ 3.722,21
4	\$ 3.785,62
5	\$ 3.849,60

Nota. La presente tabla indica la proyección de arriendo para la vida útil del proyecto

- **Permisos de Funcionamiento:** Son todos aquellos requerimientos que necesita el restaurante para poder iniciar sus actividades de una manera legal.

Tabla 98*Permisos de Funcionamiento*

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Patente	1	\$ 70,00	\$ 70,00
TOTAL			\$ 60,00

Nota. La presente tabla muestra el presupuesto de permisos de funcionamiento del restaurante.

Tabla 99*Proyección Permisos de Funcionamiento*

Años	Valor
1	\$ 70,00
2	\$ 71,18
3	\$ 72,39
4	\$ 73,61
5	\$ 74,85

Nota. La presente tabla indica la proyección de permiso de funcionamiento para la vida del proyecto.

- **Transporte:** Hace referencia al costo de desplazamiento de la materia prima necesaria para la elaboración de la comida rápida.

Tabla 100*Transporte*

Detalle	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Fletes	35	\$1,50	\$ \$52,50	\$ 630,00
TOTAL				\$ 630,00

Nota. La presente tabla muestra el presupuesto de transporte

Tabla 101*Proyección de Transporte*

Años	Valor
1	\$ 630,00
2	\$ 640,65
3	\$ 651,47
4	\$ 662,48
5	\$ 673,68

Nota. La presente tabla muestra la proyección del transporte para la vida útil del proyecto

- **Implementos de Seguridad Industrial:** Son aquellos implementos necesarios como son: gasas, pastillas, curitas para que el restaurante inicie sus actividades.

Tabla 102*Implementos de Seguridad*

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Total
Señaléticas	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Implementos para botiquín	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Recarga Extintor	1	\$ 10,00	\$ 10,00
TOTAL			\$ 45,00

Nota. La presente tabla muestra el presupuesto de los implementos de seguridad industrial utilizados en el restaurante.

Tabla 103*Proyección Implementos de Seguridad*

Años	Valor
1	\$ 45,00
2	\$ 45,76
3	\$ 46,53
4	\$ 47,32
5	\$ 48,12

Nota. Proyección de Implementos de Seguridad Industrial para la vida útil del proyecto

Resumen de Activo Circulante

El valor total de los activos circulante que el restaurante deberá disponer para el funcionamiento del mismo es de \$8.159,10

Tabla 104

Resumen Activo Circulante

Materia Prima Directa	\$	2.472,14
Materiales Indirectos	\$	744,15
Bebidas	\$	100,00
Materiales Indirectos Ventas	\$	36,75
Indumentaria de producción	\$	112,00
Mano de Obra Directa	\$	1.790,44
Sueldo de Ventas	\$	702,40
Sueldo de Administración	\$	1.434,32
Servicios Básicos	\$	80,00
Útiles de Oficina	\$	52,00
Útiles de Aseo	\$	23,40
Publicidad	\$	84,00
Arriendo	\$	300,00
Permisos de Funcionamiento	\$	70,00
Transporte	\$	52,50
Implementos de Seguridad Industrial	\$	45,00
Total, Capital de Trabajo	\$	8.159,10

Nota. La presente tabla indica el resumen de activos circulantes utilizado para el restaurante

7.4.1.4. Resumen de la Inversión del Proyecto

Para llevar a cabo el proyecto se necesita una inversión de \$19.975,10 como se lo detalla a continuación:

Tabla 105

Resumen Inversión del Proyecto

INVERSIONES	Valor
Activos Fijos	\$ 9.356,00
Activos Diferidos	\$ 2.460,00
Capital de Trabajo	\$ 8.159,10
Total, Inversión	\$ 19.975,10

Nota. Resumen de la Inversión del Proyecto

7.4.1.5. Financiamiento

El monto de la inversión será financiado de la siguiente manera: \$13.000,00 dólares serán financiado a través de una fuente externa, en este caso será la institución financiera del BanEcuador a una tasa de interés del 10,12%, pagada trimestralmente durante los 5 años del proyecto y los \$7.680,00 dólares restantes serán financiados por el aporte propio de los socios.

Tabla 106

Financiamiento de la Inversión

CUADRO DE FINANCIAMIENTO		
Detalle	Valor	Porcentaje
Capital Propio	\$ 6.975,10	34,92%
Capital Externo	\$ 13.000,00	65,08%
Total	\$ 19.975,10	100%

Nota. La presente tabla indica la división del capital para su respectivo financiamiento

- **Amortización del préstamo**

La amortización se la realizó de la siguiente manera: a los \$13.000,00 dólares se los dividió los 20 trimestres que tienen los 5 años de vida útil del proyecto, y se obtuvo la amortización de \$ 650,00 dólares.

Capital: \$13.000,00

Interés: 10,12 %

Plazo: 5 Años

Trimestres: 20

Interés Trimestral: 0,0253

Tabla 107*Amortización del préstamo*

AÑOS	TRIMESTRES	AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	CAPITAL ANUAL	INTERES	INTERES ANUAL	DIVEDENDO ANUAL	SALDO
1	0						\$ 13.000,00
	1	\$ 650,00		\$ 328,90		\$ 978,90	\$ 12.350,00
	2	\$ 650,00	\$ 2.600,00	\$ 312,46	\$ 1.216,93	\$ 962,46	\$ 11.700,00
	3	\$ 650,00		\$ 296,01		\$ 946,01	\$ 11.050,00
	4	\$ 650,00		\$ 279,57		\$ 929,57	\$ 10.400,00
	5	\$ 650,00		\$ 263,12		\$ 913,12	\$ 9.750,00
	6	\$ 650,00	\$ 2.600,00	\$ 246,68	\$ 953,81	\$ 896,68	\$ 9.100,00
2	7	\$ 650,00		\$ 230,23		\$ 880,23	\$ 8.450,00
	8	\$ 650,00		\$ 213,79		\$ 863,79	\$ 7.800,00
	9	\$ 650,00		\$ 197,34		\$ 847,34	\$ 7.150,00
	10	\$ 650,00	\$ 2.600,00	\$ 180,90	\$ 690,69	\$ 830,90	\$ 6.500,00
3	11	\$ 650,00		\$ 164,45		\$ 814,45	\$ 5.850,00
	12	\$ 650,00		\$ 148,01		\$ 798,01	\$ 5.200,00
	13	\$ 650,00		\$ 131,56		\$ 781,56	\$ 4.550,00
	14	\$ 650,00	\$ 2.600,00	\$ 115,12	\$ 427,57	\$ 765,12	\$ 3.900,00
4	15	\$ 650,00		\$ 98,67		\$ 748,67	\$ 3.250,00
	16	\$ 650,00		\$ 82,23		\$ 732,23	\$ 2.600,00
	17	\$ 650,00		\$ 65,78		\$ 715,78	\$ 1.950,00
	18	\$ 650,00	\$ 2.600,00	\$ 49,34	\$ 164,45	\$ 699,34	\$ 1.300,00
5	19	\$ 650,00		\$ 32,89		\$ 682,89	\$ 650,00
	20	\$ 650,00		\$ 16,45		\$ 666,45	\$ -

Nota. La presente tabla indica la amortización del préstamo para los 5 años de vida del proyecto.

7.4.2. Estructura de Costos y Presupuesto de Ingresos

Siendo una empresa que ofrecerá 5 productos, la estructura de costos será de forma general y por productos, porque es necesario determinar el costo unitario por cada producto. La materia prima directa y los materiales indirectos son propios de cada producto, el resto de rubros se dividieron de acuerdo al porcentaje de participación en la capacidad utilizada; como se lo detalla a continuación.

- Hot dogs 19,23%
- Salchipapas 32,05%
- Hamburguesas 16,03%
- Pizzas 3,85%
- Papas fritas con pollo 28,85%

A continuación, se presenta el presupuesto general del costo total de producción y posterior el cuadro de cada uno de los productos como; hot dogs, salchipapas, hamburguesas, pizzas y papas fritas con pollo.

Tabla 108*Presupuesto General de comida rápida*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de producción					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	\$ 31.096,68	\$ 31.622,21	\$ 32.156,63	\$ 32.700,08	\$ 33.252,71
Mano de Obra Directa	\$ 21.485,30	\$ 22.142,75	\$ 22.820,32	\$ 23.518,62	\$ 24.238,29
Total, Costo Primo	\$ 52.581,98	\$ 53.764,97	\$ 54.976,95	\$ 56.218,70	\$ 57.491,00
Gastos indirectos de fabricación					
Materiales Indirectos	\$ 8.929,80	\$ 9.080,71	\$ 9.234,18	\$ 9.390,24	\$ 9.548,93
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 322,02	\$ 322,02	\$ 322,02	\$ 322,02	\$ 322,02
Depreciación Herramientas	\$ 15,93	\$ 15,93	\$ 15,93	\$ 15,93	\$ 15,93
Depreciación muebles y enseres de planta	\$ 271,98	\$ 271,98	\$ 271,98	\$ 271,98	\$ 271,98
Indumentaria de Producción	\$ 336,00	\$ 341,68	\$ 347,45	\$ 353,32	\$ 359,30
Total, Gastos Indirectos de Fabricación	\$ 9.875,73	\$ 10.032,32	\$ 10.191,56	\$ 10.353,49	\$ 10.518,16
Total, costo de producción	\$ 62.457,71	\$ 63.797,29	\$ 65.168,51	\$ 66.572,19	\$ 68.009,16
Gastos de administración					
Sueldos de Administración	\$ 15.561,84	\$ 16.038,03	\$ 16.528,80	\$ 17.034,58	\$ 17.555,84
Servicios básicos	\$ 960,00	\$ 976,22	\$ 992,72	\$ 1.009,50	\$ 1.026,56
Depreciación muebles y enseres de Administración	\$ 22,95	\$ 22,95	\$ 22,95	\$ 22,95	\$ 22,95
Depreciación equipo de Oficina	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00
Depreciación equipo de cómputo	\$ 423,13	\$ 423,13	\$ 423,13	\$ 444,95	\$ 444,95
Depreciación Equipo de Seguridad	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60
Suministros de Oficina	\$ 121,55	\$ 123,60	\$ 125,69	\$ 127,82	\$ 129,98

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.660,84	\$ 3.722,71	\$ 3.785,62	\$ 3.849,60
Útiles de Aseo	\$ 173,90	\$ 176,84	\$ 179,83	\$ 182,87	\$ 185,96
Permisos de Funcionamiento	\$ 60,00	\$ 61,01	\$ 62,05	\$ 63,09	\$ 64,16
Transporte	\$ 630,00	\$ 640,65	\$ 651,47	\$ 662,48	\$ 673,68
Implementos de Seguridad Industrial	\$ 45,00	\$ 45,76	\$ 46,53	\$ 47,32	\$ 48,12
Total, Gastos de Administración	\$ 21.656,97	\$ 22.227,81	\$ 22.814,82	\$ 23.440,30	\$ 24.061,08
Gastos de venta					
Sueldo Ventas	\$ 8.428,80	\$ 8.686,72	\$ 8.952,53	\$ 9.226,48	\$ 9.508,81
Publicidad	\$ 348,00	\$ 353,88	\$ 359,86	\$ 365,94	\$ 372,13
Materiales Indirectos de Ventas	\$ 441,00	\$ 448,45	\$ 456,03	\$ 463,74	\$ 471,58
Total, Gastos de Venta	\$ 9.217,80	\$ 9.489,06	\$ 9.678,43	\$ 10.056,16	\$ 10.352,52
Gasto financiero					
Interés	\$ 1.216,93	\$ 953,81	\$ 690,69	\$ 427,57	\$ 164,45
Total, Gasto Financiero	\$ 1.216,93	\$ 953,81	\$ 690,69	\$ 427,57	\$ 164,45
Otros gastos					
Amortización del activo diferido	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00
Total, otros Gastos	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00
Total, costo de operación	\$ 32.583,70	\$ 33.162,68	\$ 33.765,94	\$ 34.416,03	\$ 35.070,05
Costo total de producción	\$ 95.150,62	\$ 97.071,20	\$ 99.047,74	\$ 101.103,61	\$ 103.196,73

Nota. La presente tabla muestra el presupuesto general del costo de operaciones de comida rápida para los 5 años de vida del proyecto.

Tabla 109*Presupuesto de Hot dogs*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de producción					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	\$ 1.681,20	\$ 1.709,61	\$ 1.738,50	\$ 1.767,89	\$ 1.797,76
Mano de Obra Directa	\$ 4.131,79	\$ 4.258,22	\$ 4.388,52	\$ 4.522,81	\$ 4.661,21
Total, Costo Primo	\$ 5.812,99	\$ 5.967,83	\$ 6.127,03	\$ 6.290,70	\$ 6.458,97
Gastos indirectos de fabricación					
Materiales Indirectos	\$ 1.704,00	\$ 1.732,80	\$ 1.762,08	\$ 1.791,86	\$ 1.822,14
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 61,93	\$ 61,93	\$ 61,93	\$ 61,93	\$ 61,93
Depreciación Herramientas	\$ 3,06	\$ 3,06	\$ 3,06	\$ 3,06	\$ 3,06
Depreciación muebles y enseres	\$ 52,30	\$ 52,30	\$ 52,30	\$ 52,30	\$ 52,30
Indumentaria de Producción	\$ 64,62	\$ 65,71	\$ 66,82	\$ 67,95	\$ 69,10
Total, Gastos Indirectos de Fabricación	\$ 1.885,91	\$ 1.915,80	\$ 1.946,19	\$ 1.977,10	\$ 2.008,53
Gastos de administración					
Sueldos de Administración	\$ 2.992,66	\$ 3.084,24	\$ 3.178,61	\$ 3.275,88	\$ 3.376,12
Servicios básicos	\$ 184,62	\$ 187,74	\$ 190,91	\$ 194,13	\$ 197,42
Depreciación muebles y enseres de Administración	\$ 4,41	\$ 4,41	\$ 4,41	\$ 4,41	\$ 4,41
Depreciación equipo de Oficina	\$ 5,19	\$ 5,19	\$ 5,19	\$ 5,19	\$ 5,19
Depreciación equipo de computo	\$ 81,37	\$ 81,37	\$ 81,37	\$ 85,57	\$ 85,57
Depreciación Equipo de Seguridad	\$ 4,15	\$ 4,15	\$ 4,15	\$ 4,15	\$ 4,15
Suministros de Oficina	\$ 23,38	\$ 23,77	\$ 24,17	\$ 24,58	\$ 25,00

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$ 692,31	\$ 704,01	\$ 715,91	\$ 728,00	\$ 740,31
Útiles de Aseo	\$ 56,52	\$ 57,47	\$ 34,58	\$ 35,17	\$ 35,76
Permisos de Funcionamiento	\$ 11,54	\$ 11,73	\$ 11,93	\$ 12,13	\$ 12,34
Transporte	\$ 103,85	\$ 105,60	\$ 107,39	\$ 109,20	\$ 111,05
Implementos de Seguridad Industrial	\$ 8,65	\$ 8,80	\$ 8,95	\$ 9,10	\$ 9,25
Total, Gastos de Administración	\$ 4.164,80	\$ 4.274,58	\$ 4.387,47	\$ 4.507,75	\$ 4.627,13
Gastos de venta					
Sueldo Ventas	\$ 1.620,92	\$ 1.670,52	\$ 1.721,64	\$ 1.774,32	\$ 1.828,62
Publicidad	\$ 66,92	\$ 68,05	\$ 69,20	\$ 70,37	\$ 71,56
Materiales Indirectos de Ventas	\$ 73,27	\$ 74,51	\$ 75,77	\$ 77,05	\$ 78,35
Total, Gastos de Venta	\$ 1.772,65	\$ 1.824,82	\$ 1.878,54	\$ 1.933,88	\$ 1.990,87
Gasto financiero					
Interés	\$ 234,03	\$ 183,43	\$ 132,83	\$ 82,23	\$ 31,63
Total, Gasto Financiero	\$ 234,03	\$ 183,43	\$ 132,83	\$ 82,23	\$ 31,63
Otros gastos					
Amortización del activo diferido	\$ 94,62	\$ 94,62	\$ 94,62	\$ 94,62	\$ 94,62
Total, otros Gastos	\$ 94,62	\$ 94,62	\$ 94,62	\$ 94,62	\$ 94,62
Costo Total de operación	\$ 13.986,00	\$ 14.282,46	\$ 14.588,46	\$ 14.908,46	\$ 15.234,35

Nota. La presente tabla muestra el presupuesto del costo de operaciones de Hot dogs para los 5 años de vida del proyecto.

Tabla 110*Presupuesto de Salchipapas*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de producción					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	\$ 4.174,20	\$ 4.244,74	\$ 4.316,48	\$ 4.389,43	\$ 4.463,61
Mano de Obra Directa	\$ 6.886,32	\$ 7.097,04	\$ 7.314,21	\$ 7.538,02	\$ 7.768,68
Total, Costo Primo	\$ 11.060,52	\$ 11.341,78	\$ 11.630,69	\$ 11.927,45	\$ 12.232,29
Gastos Indirectos De Fabricación					
Materiales Indirectos	\$ 1.116,00	\$ 1.134,86	\$ 1.154,04	\$ 1.173,54	\$ 1.193,38
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 103,21	\$ 103,21	\$ 103,21	\$ 103,21	\$ 103,21
Depreciación Herramientas	\$ 5,11	\$ 5,11	\$ 5,11	\$ 5,11	\$ 5,11
Depreciación muebles y enseres	\$ 87,17	\$ 87,17	\$ 87,17	\$ 87,17	\$ 87,17
Indumentaria de Producción	\$ 107,69	\$ 109,51	\$ 111,36	\$ 113,25	\$ 115,16
Total, Gastos Indirectos de Fabricación	\$ 1.419,18	\$ 1.439,86	\$ 1.460,89	\$ 1.482,28	\$ 1.504,03
Gastos de administración					
Sueldos de Administración	\$ 4.987,77	\$ 5.140,39	\$ 5.297,69	\$ 5.459,80	\$ 5.626,87
Servicios básicos	\$ 307,69	\$ 312,89	\$ 318,18	\$ 323,56	\$ 329,03
Depreciación muebles y enseres de Administración	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36	\$ 7,36
Depreciación equipo de Oficina	\$ 8,65	\$ 8,65	\$ 8,65	\$ 8,65	\$ 8,65
Depreciación equipo de computo	\$ 135,62	\$ 135,62	\$ 135,62	\$ 142,61	\$ 142,61
Depreciación Equipo de Seguridad	\$ 6,92	\$ 6,92	\$ 6,92	\$ 6,92	\$ 6,92
Suministros de Oficina	\$ 38,96	\$ 39,62	\$ 40,29	\$ 40,97	\$ 41,66

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$ 1.153,85	\$ 1.173,35	\$ 1.193,18	\$ 1.213,34	\$ 1.233,85
Útiles de Aseo	\$ 55,74	\$ 56,68	\$ 57,64	\$ 58,61	\$ 59,60
Permisos de Funcionamiento	\$ 19,23	\$ 19,56	\$ 19,89	\$ 20,22	\$ 20,56
Transporte	\$ 173,08	\$ 176,00	\$ 178,98	\$ 182,00	\$ 185,08
Implementos de Seguridad Industrial	\$ 14,42	\$ 14,67	\$ 14,91	\$ 15,17	\$ 15,42
Total, Gastos de Administración	\$ 6.941,34	\$ 7.724,30	\$ 7.312,44	\$ 7.512,92	\$ 7.711,89
Gastos De Venta					
Sueldo Ventas	\$ 2.701,54	\$ 2.784,21	\$ 2.869,40	\$ 2.957,21	\$ 3.047,70
Publicidad	\$ 111,54	\$ 113,42	\$ 115,34	\$ 117,29	\$ 119,27
Materiales Indirectos de Ventas	\$ 122,12	\$ 124,18	\$ 126,28	\$ 128,41	\$ 130,58
Total, Gastos de Venta	\$ 2.954,42	\$ 3.041,36	\$ 3.130,91	\$ 3.223,13	\$ 3.318,11
Gasto Financiero					
Interés	\$ 390,04	\$ 305,71	\$ 221,38	\$ 137,04	\$ 52,71
Total, Gasto Financiero	\$ 390,04	\$ 305,71	\$ 221,38	\$ 137,04	\$ 52,71
Otros Gastos					
Amortización del activo diferido	\$ 157,69	\$ 157,69	\$ 157,69	\$ 157,69	\$ 157,69
Total, otros Gastos	\$ 157,69	\$ 157,69	\$ 157,69	\$ 157,69	\$ 157,69
Costo Total De Operación	\$ 22.958,19	\$ 23.446,36	\$ 23.950,31	\$ 24.447,49	\$ 24.014,39

Nota. La presente tabla muestra el presupuesto del costo total de operaciones de salchipapas para los 5 años del proyecto.

Tabla 111*Presupuesto de Hamburguesas*

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo De Producción					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	\$ 4.639,20	\$ 4.717,60	\$ 4.797,33	\$ 4.878,40	\$ 4.960,85
Mano de Obra Directa	\$ 3.443,16	\$ 3.548,52	\$ 3.657,10	\$ 3.769,01	\$ 3.884,34
Total, Costo Primo	\$ 8.082,36	\$ 8.266,12	\$ 8.454,43	\$ 8.647,42	\$ 8.845,19
Gastos indirectos de fabricación					
Materiales Indirectos	\$ 1.176,00	\$ 1.195,87	\$ 1.216,08	\$ 1.236,64	\$ 1.257,54
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 51,61	\$ 51,61	\$ 51,61	\$ 51,61	\$ 51,61
Depreciación Herramientas	\$ 2,55	\$ 2,55	\$ 2,55	\$ 2,55	\$ 2,55
Depreciación muebles y enseres	\$ 43,59	\$ 43,59	\$ 43,59	\$ 43,59	\$ 43,59
Indumentaria de Producción	\$ 53,85	\$ 54,76	\$ 55,68	\$ 56,62	\$ 57,58
Total, Gastos Indirectos de Fabricación	\$ 1.327,59	\$ 1.348,38	\$ 1.369,51	\$ 1.391,00	\$ 1.412,86
Gastos De Administración					
Sueldos de Administración	\$ 2.493,88	\$ 2.570,20	\$ 2.648,85	\$ 2.729,90	\$ 2.813,44
Servicios básicos	\$ 125,00	\$ 127,11	\$ 129,26	\$ 131,45	\$ 133,67
Depreciación muebles y enseres de Administración	\$ 3,68	\$ 3,68	\$ 3,68	\$ 3,68	\$ 3,68
Depreciación equipo de Oficina	\$ 4,33	\$ 4,33	\$ 4,33	\$ 4,33	\$ 4,33
Depreciación equipo de computo	\$ 67,81	\$ 67,81	\$ 67,81	\$ 71,31	\$ 71,31
Depreciación Equipo de Seguridad	\$ 3,46	\$ 3,46	\$ 3,46	\$ 3,46	\$ 3,46
Suministros de Oficina	\$ 19,48	\$ 19,81	\$ 20,14	\$ 20,48	\$ 20,83

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$ 538,46	\$ 547,56	\$ 556,82	\$ 566,23	\$ 575,79
Útiles de Aseo	\$ 27,87	\$ 28,34	\$ 28,82	\$ 29,31	\$ 29,80
Permisos de Funcionamiento	\$ 9,62	\$ 9,78	\$ 9,94	\$ 10,11	\$ 10,28
Transporte	\$ 86,54	\$ 88,00	\$ 89,49	\$ 91,00	\$ 92,54
Implementos de Seguridad Industrial	\$ 7,21	\$ 7,33	\$ 7,46	\$ 7,58	\$ 7,71
Total, Gastos de Administración	\$ 3.470,67	\$ 3.562,15	\$ 3.656,22	\$ 3756,46	\$ 3.855,94
Gastos de venta					
Sueldo Ventas	\$ 1.350,77	\$ 1392,10	\$ 1.434,70	\$ 1.478,60	\$ 1.523,85
Publicidad	\$ 55,77	\$ 56,71	\$ 57,67	\$ 58,64	\$ 59,64
Materiales Indirectos de Ventas	\$ 70,67	\$ 71,87	\$ 73,08	\$ 74,32	\$ 75,57
Total, Gastos de Venta	\$ 1.477,21	\$ 1.520,68	\$ 1.565,45	\$ 1.611,56	\$ 1.659,06
Gasto Financiero					
Interés	\$ 195,02	\$ 152,85	\$ 110,69	\$ 68,52	\$ 26,35
Total, Gasto Financiero	\$ 195,02	\$ 152,85	\$ 110,69	\$ 68,52	\$ 26,35
Otros gastos					
Amortización del activo diferido	\$ 78,85	\$ 78,85	\$ 78,85	\$ 78,85	\$ 78,85
Total, otros Gastos	\$ 78,85	\$ 78,85	\$ 78,85	\$ 78,85	\$ 78,85
Costo Total De Operación	\$ 14.649,20	\$ 14.946,85	\$ 15.253,31	\$ 15.572,30	\$ 15.897,09

Nota. La presente tabla muestra el presupuesto del costo total de operación de hamburguesas para los 5 años del proyecto.

Tabla 112*Presupuesto de Pizzas*

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo De Producción					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	\$ 8.612,88	\$ 8.758,44	\$ 8.906,46	\$ 9.056,97	\$ 9.210,04
Mano de Obra Directa	\$ 826,36	\$ 851,64	\$ 877,70	\$ 904,56	\$ 932,24
Total, Costo Primo	\$ 9.439,24	\$ 9.610,08	\$ 9.784,16	\$ 9.961,54	\$ 10.142,28
Gastos Indirectos De Fabricación					
Materiales Indirectos	\$ 2.448,00	\$ 2.489,37	\$ 2.531,44	\$ 2.574,22	\$ 2.617,73
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 12,39	\$ 12,39	\$ 12,39	\$ 12,39	\$ 12,39
Depreciación Herramientas	\$ 0,61	\$ 0,61	\$ 0,61	\$ 0,61	\$ 0,61
Depreciación muebles y enseres	\$ 10,46	\$ 10,46	\$ 10,46	\$ 10,46	\$ 10,46
Indumentaria de Producción	\$ 12,92	\$ 13,14	\$ 13,36	\$ 13,59	\$ 13,82
Total, Gastos Indirectos de Fabricación	\$ 2.484,38	\$ 2.525,97	\$ 2.568,26	\$ 2.611,27	\$ 2.655,01
Gastos De Administración					
Sueldos de Administración	\$ 598,53	\$ 616,85	\$ 635,72	\$ 655,18	\$ 675,22
Servicios básicos	\$ 30,00	\$ 30,51	\$ 31,02	\$ 31,55	\$ 32,08
Depreciación muebles y enseres de Administración	\$ 0,88	\$ 0,88	\$ 0,88	\$ 0,88	\$ 0,88
Depreciación equipo de Oficina	\$ 1,04	\$ 1,04	\$ 1,04	\$ 1,04	\$ 1,04
Depreciación equipo de computo	\$ 16,27	\$ 16,27	\$ 16,27	\$ 17,11	\$ 17,11
Depreciación Equipo de Seguridad	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83	\$ 0,83

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Oficina	\$ 4,68	\$ 4,75	\$ 4,83	\$ 4,92	\$ 5,00
Arriendo	\$ 138,46	\$ 140,80	\$ 143,18	\$ 145,60	\$ 148,06
Útiles de Aseo	\$ 6,69	\$ 6,80	\$ 6,92	\$ 7,03	\$ 7,15
Permisos de Funcionamiento	\$ 2,31	\$ 2,35	\$ 2,39	\$ 2,43	\$ 2,47
Transporte	\$ 20,77	\$ 21,12	\$ 21,48	\$ 21,84	\$ 22,21
Implementos de Seguridad Industrial	\$ 1,73	\$ 1,76	\$ 1,79	\$ 1,82	\$ 1,85
Total, Gastos de Administración	\$ 832,96	\$ 854,92	\$ 877,49	\$ 901,55	\$ 925,43
Gastos De Venta					
Sueldo Ventas	\$ 324,18	\$ 334,10	\$ 344,33	\$ 354,86	\$ 365,72
Publicidad	\$ 13,38	\$ 13,61	\$ 13,84	\$ 14,07	\$ 14,31
Materiales Indirectos de Ventas	\$ 14,65	\$ 14,90	\$ 15,15	\$ 15,41	\$ 15,67
Total, Gastos de Venta	\$ 354,53	\$ 364,96	\$ 375,71	\$ 386,78	\$ 398,17
Gasto Financiero					
Interés	\$ 46,81	\$ 36,69	\$ 26,57	\$ 16,45	\$ 6,33
Total, Gasto Financiero	\$ 46,81	\$ 36,69	\$ 26,57	\$ 16,45	\$ 6,33
Otros Gastos					
Amortización del activo diferido	\$ 18,92	\$ 18,92	\$ 18,92	\$ 18,92	\$ 18,92
Total, otros Gastos	\$ 18,92	\$ 18,92	\$ 18,92	\$ 18,92	\$ 18,92
Costo Total De Operación	\$ 13.181,04	\$ 13.415,82	\$ 13.655,47	\$ 13.900,94	\$ 14.150,65

Nota. La presente tabla muestra el costo total de operación de las pizzas para los 5 años de vida del proyecto.

Tabla 113*Presupuesto de Papas fritas con pollo*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo De Producción					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	\$ 11.989,20	\$ 12.191,82	\$ 12.397,86	\$ 12.607,38	\$ 12.820,45
Mano de Obra Directa	\$ 6.197,68	\$ 6.387,33	\$ 6.582,79	\$ 6.784,22	\$ 6.991,82
Total, Costo Primo	\$ 18.186,88	\$ 18.579,15	\$ 18.980,64	\$ 19.391,60	\$ 19.812,26
Gastos Indirectos De Fabricación					
Materiales Indirectos	\$ 2.039,40	\$ 2.073,87	\$ 2.108,91	\$ 2.144,55	\$ 2.180,80
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 92,89	\$ 92,89	\$ 92,89	\$ 92,89	\$ 92,89
Depreciación Herramientas	\$ 4,60	\$ 4,60	\$ 4,60	\$ 4,60	\$ 4,60
Depreciación muebles y enseres	\$ 78,46	\$ 78,46	\$ 78,46	\$ 78,46	\$ 78,46
Indumentaria de Producción	\$ 96,92	\$ 98,56	\$ 100,23	\$ 101,92	\$ 103,64
Total, Gastos Indirectos de Fabricación	\$ 2.312,26	\$ 2.348,37	\$ 2.385,08	\$ 2.422,42	\$ 2.460,38
Gastos De Administración					
Sueldos de Administración	\$ 4.488,99	\$ 4.626,36	\$ 4.767,92	\$ 4.913,82	\$ 5.064,18
Servicios básicos	\$ 225,00	\$ 228,80	\$ 232,67	\$ 236,60	\$ 240,60
Depreciación muebles y enseres de Administración	\$ 6,62	\$ 6,62	\$ 6,62	\$ 6,62	\$ 6,62
Depreciación equipo de Oficina	\$ 7,79	\$ 7,79	\$ 7,79	\$ 7,79	\$ 7,79
Depreciación equipo de computo	\$ 122,06	\$ 122,06	\$ 122,06	\$ 128,35	\$ 128,35
Depreciación Equipo de Seguridad	\$ 6,23	\$ 6,23	\$ 6,23	\$ 6,23	\$ 6,23
Suministros de Oficina	\$ 35,06	\$ 35,66	\$ 36,26	\$ 36,87	\$ 37,49

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$ 1.038,46	\$ 1.056,01	\$ 1.073,86	\$ 1.092,01	\$ 1.110,46
Útiles de Aseo	\$ 50,16	\$ 51,01	\$ 51,87	\$ 52,75	\$ 53,64
Permisos de Funcionamiento	\$ 17,31	\$ 17,60	\$ 17,90	\$ 18,20	\$ 18,51
Transporte	\$ 155,77	\$ 158,40	\$ 161,08	\$ 163,80	\$ 166,57
Implementos de Seguridad Industrial	\$ 12,98	\$ 13,20	\$ 13,42	\$ 13,65	\$ 13,88
Total, Gastos de Administración	\$ 6.097,20	\$ 6.259,33	\$ 6.426,09	\$ 6.603,89	\$ 6.780,30
Gastos De Venta					
Sueldo Ventas	\$ 2.431,38	\$ 2.505,78	\$ 2.582,46	\$ 2.661,49	\$ 2.742,93
Publicidad	\$ 100,38	\$ 102,08	\$ 103,81	\$ 105,56	\$ 107,34
Materiales Indirectos de Ventas	\$ 109,90	\$ 111,76	\$ 113,65	\$ 115,57	\$ 117,52
Total, Gastos de Venta	\$ 2658,98	\$ 2.737,23	\$ 2.817,82	\$ 2.900,82	\$ 2.986,30
Gasto Financiero					
Interés	\$ 351,04	\$ 275,14	\$ 199,24	\$ 123,34	\$ 47,44
Total, Gasto Financiero	\$ 351,04	\$ 275,14	\$ 199,24	\$ 123,34	\$ 47,44
Otros Gastos					
Amortización del activo diferido	\$ 141,92	\$ 141,92	\$ 141,92	\$ 141,92	\$ 141,92
Total, otros Gastos	\$ 141,92	\$ 141,92	\$ 141,92	\$ 141,92	\$ 141,92
Costo Total De Operación	\$ 29.929,79	\$ 30.525,76	\$ 31.138,58	\$ 31.775,00	\$ 32.422,91

Nota. La presente tabla muestra el costo de operación total de las papas fritas con pollo para los 5 años de vida del proyecto.

- **Costo Unitario de Producción**

Para el cálculo del costo unitario de producción de cada uno de los productos de comida rápida se toma como referencia el costo total de producción y el número de unidades a producirse durante el periodo, aplicando la siguiente fórmula:

Para el caso de los hot dogs:

$$\text{CPU} = \text{Costo Total} / \text{Unidades Producidas}$$

$$\text{CUP} = \$13.986,00 / 10.920$$

$$\text{CUP} = 1,49$$

El cálculo anterior se realiza para los 5 años de vida útil, y de la misma forma con cada uno de los productos que el restaurante va a comercializar, tomando en cuenta los valores de las tablas correspondientes.

- **Precio de Venta al Público**

Está constituido por la sumatoria del costo unitario de producción y el margen de utilidad siendo el precio de venta de los hot dogs del año 1 de \$2,00; obteniendo un margen porcentual de utilidad del 34%, para los hot dogs en el primer año, 22% en salchipapas, 60% en hamburguesas, 30% en pizzas y 41% en papas fritas con pollo dicho cálculo se lo realiza para cada uno de los productos con su respectivo margen de utilidad tal como se lo detalla a continuación:

Tabla 114

Costo Unitario de Producción y precio de venta

Años	Costo Unitario de Fabricación	Utilidad	Precio de Venta al público	Margen Porcentual de Utilidad (%)
Hot Dogs				
1	\$ 1,49	\$ 0,51	\$ 2,00	34%
2	\$ 1,52	\$ 0,48	\$ 2,00	31%
3	\$ 1,56	\$ 0,44	\$ 2,00	29%
4	\$ 1,59	\$ 0,41	\$ 2,00	26%
5	\$ 1,63	\$ 0,37	\$ 2,00	23%
Salchipapas				
1	\$ 1,63	\$ 0,37	\$ 2,00	22%
2	\$ 1,67	\$ 0,33	\$ 2,00	20%
3	\$ 1,70	\$ 0,30	\$ 2,00	17%
4	\$ 1,74	\$ 0,26	\$ 2,00	15%
5	\$ 1,78	\$ 0,22	\$ 2,00	12%
Hamburguesas				
1	\$ 1,88	\$ 1,12	\$ 3,00	60%
2	\$ 1,91	\$ 1,09	\$ 3,00	57%
3	\$ 1,95	\$ 1,05	\$ 3,00	54%
4	\$ 1,99	\$ 1,01	\$ 3,00	50%
5	\$ 2,04	\$ 0,96	\$ 3,00	47%
Pizzas				
1	\$ 3,84	\$ 1,16	\$ 5,00	30%
2	\$ 3,91	\$ 1,09	\$ 5,00	28%
3	\$ 3,98	\$ 1,02	\$ 5,00	26%
4	\$ 4,05	\$ 0,95	\$ 5,00	23%
5	\$ 4,12	\$ 0,88	\$ 5,00	21%
Papas fritas con pollo				
1	\$ 2,13	\$ 0,87	\$ 3,00	41%
2	\$ 2,17	\$ 0,83	\$ 3,00	38%
3	\$ 2,22	\$ 0,78	\$ 3,00	35%
4	\$ 2,26	\$ 0,74	\$ 3,00	33%
5	\$ 2,31	\$ 0,69	\$ 3,00	30%

Nota. La presente tabla indica el costo unitario de producción y el precio de venta al público de cada uno de los productos de comida rápida.

- **Presupuesto de Ingresos**

Se determinan por medio de las unidades a vender multiplicadas por el precio de venta; para ello el restaurante destino el 99% de la capacidad de producción a distribuirse por medio de ventas por canal directo y el 1% de la producción para promocionar por medio de las diversas estrategias de marketing.

Tabla 115
Presupuesto de Ingresos

Año	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Ingresos Totales	Total
1	Hot dogs	9.360	\$ 2,00	\$ 18.720,00	\$ 129.480,00
	Salchipapas	14.040	\$ 2,00	\$ 28.080,00	
	Hamburguesas	7.800	\$ 3,00	\$ 23.400,00	
	Pizzas	3.432	\$ 5,00	\$ 17.160,00	
	Papas fritas con pollo	14.040	\$ 3,00	\$ 42.120,00	
2	Hot dogs	9.360	\$ 2,00	\$ 18.720,00	\$ 129.480,00
	Salchipapas	14.040	\$ 2,00	\$ 28.080,00	
	Hamburguesas	7.800	\$ 3,00	\$ 23.400,00	
	Pizzas	3.432	\$ 5,00	\$ 17.160,00	
	Papas fritas con pollo	14.040	\$ 3,00	\$ 42.120,00	
3	Hot dogs	9.360	\$ 2,00	\$ 18.720,00	\$ 129.480,00
	Salchipapas	14.040	\$ 2,00	\$ 28.080,00	
	Hamburguesas	7.800	\$ 3,00	\$ 23.400,00	
	Pizzas	3.432	\$ 5,00	\$ 17.160,00	
	Papas fritas con pollo	14.040	\$ 3,00	\$ 42.120,00	
4	Hot dogs	9.360	\$ 2,00	\$ 18.720,00	\$ 129.480,00
	Salchipapas	14.040	\$ 2,00	\$ 28.080,00	
	Hamburguesas	7.800	\$ 3,00	\$ 23.400,00	
	Pizzas	3.432	\$ 5,00	\$ 17.160,00	
	Papas fritas con pollo	14.040	\$ 3,00	\$ 42.120,00	
5	Hot dogs	9.360	\$ 2,00	\$ 18.720,00	\$ 129.480,00
	Salchipapas	14.040	\$ 2,00	\$ 28.080,00	
	Hamburguesas	7.800	\$ 3,00	\$ 23.400,00	
	Pizzas	3.432	\$ 5,00	\$ 17.160,00	
	Papas fritas con pollo	14.040	\$ 3,00	\$ 42.120,00	

Nota. La presente tabla muestra los ingresos obtenidos por la venta de comida rápida en los 5 años

- **Clasificación de los costos**

Para el cálculo del punto de equilibrio es necesario clasificar los costos fijos y variables, de acuerdo con la capacidad de producción. La tabla que se mostrará a continuación se menciona los costos fijos y variables generales y por cada uno de los productos de comida rápida.

Costos Fijos: Corresponden a los egresos que se deben cubrir independientemente si hay o no producción o ventas.

Los rubros considerados en esta sección son: Maquinaria y Equipo, Herramientas, muebles y enseres, sueldos de administración, equipo de cómputo, equipo de seguridad, arriendo, útiles de aseo, útiles de oficina, permisos de funcionamiento, transporte, implementos de seguridad, sueldo ventas, publicidad, amortización del capital y amortización de activos diferidos e Interés.

Costos Variables: Son valores monetarios que intervienen en el restaurante, en función de la capacidad de producción, y están relacionados directamente con los niveles de producción, aquí se consideran: Materia prima Directa, Mano de Obra Directa, Materiales Indirectos, Indumentaria de Producción, Servicios básicos.

Tabla 116*Clasificación de costos del presupuesto general de comida rápida*

Detalle	Año 1		Año 3		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Materia Prima Directa		\$ 31.096,68		\$ 32.156,63		\$ 33.252,71
Mano de Obra Directa		\$ 21.485,30		\$ 22.820,32		\$ 24.238,29
Materiales Indirectos		\$ 8.929,80		\$ 9.234,18		\$ 9.548,93
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 322,02		\$ 322,02		\$ 322,02	
Depreciación Herramientas	\$ 15,93		\$ 15,93		\$ 15,93	
Depreciación muebles y encerados	\$ 271,98		\$ 271,98		\$ 271,98	
Indumentaria de Producción	\$ 336,00		\$ 347,45		\$ 359,30	
Sueldos de Administración	\$ 15.561,84		\$ 16.528,80		\$ 17.555,84	
Servicios básicos		\$ 960,00		\$ 992,72		\$ 1.026,56
Depreciación muebles y encerados de Administración	\$ 22,95		\$ 22,95		\$ 22,95	
Depreciación equipo de Oficina	\$ 27,00		\$ 27,00		\$ 27,00	
Depreciación equipo de computo	\$ 423,13		\$ 423,13		\$ 444,95	
Depreciación Equipo de Seguridad	\$ 21,60		\$ 21,60		\$ 21,60	
Suministros de Oficina	\$ 121,55		\$ 125,69		\$ 129,98	
Arriendo	\$ 3.360,00		\$ 3.474,53		\$ 3.592,96	
Útiles de Aseo	\$ 173,90		\$ 176,84		\$ 185,96	
Permisos de Funcionamiento	\$ 60,00		\$ 62,05		\$ 64,16	
Transporte	\$ 540,00		\$ 558,41		\$ 577,44	
Implementos de Seguridad Industrial	\$ 45,00		\$ 46,53		\$ 48,12	
Sueldo Ventas	\$ 16.857,60		\$ 17.905,07		\$ 19.017,63	
Publicidad	\$ 348,00		\$ 359,86		\$ 372,13	
Materiales Indirectos de venta		\$ 441,00		\$ 456,03		\$ 471,58
Interés	\$ 1.216,93		\$ 690,69		\$ 164,45	
Amortización del activo diferido	\$ 492,00		\$ 492,00		\$ 492,00	
Total, Costo De Operación	\$ 32.237,83	\$ 62.912,78	\$ 33.382,81	\$ 65.659,88	\$ 34.658,66	\$ 68.538,07

Nota. La presente tabla muestra la clasificación de costos fijos y variables del año 1, 3 y 5.

7.4.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador clave para la gestión financiera del restaurante, ya que nos permite determinar cuántas unidades se debe producir y vender para cubrir cada uno de los costos y alcanzar el punto de rentabilidad.

Para conocer el punto de equilibrio se lo realizó en forma matemática a partir de fórmula; según la capacidad y según los ingresos; así mismo se lo realizó en forma gráfica para los años 1,3 y 5 de vida del proyecto. A continuación, se muestran los cálculos correspondientes:

AÑO 1

Punto de equilibrio según su capacidad

Punto de Equilibrio en % de capacidad

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable}}$$

$$PE = \frac{32.237,83}{129.480 - 62.912,78}$$

$$PE = 48,43\%$$

Punto de Equilibrio de según los ingresos

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

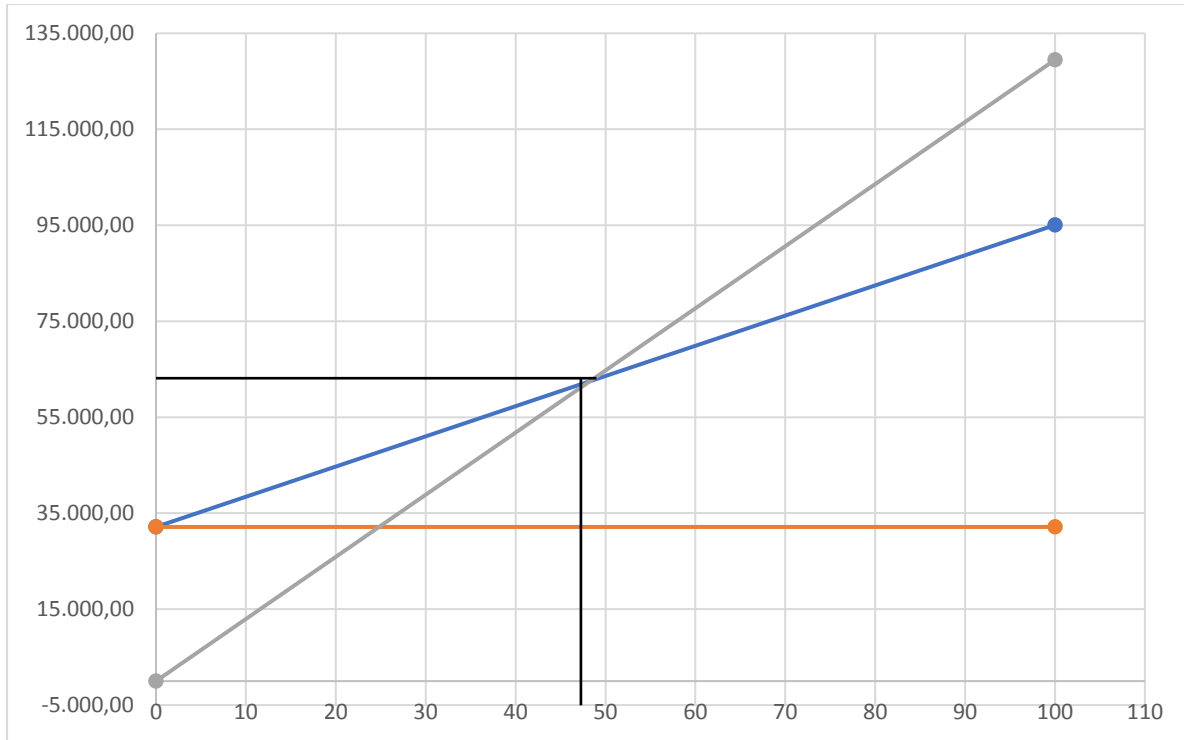
$$PE = \frac{32.237,83}{1 - 62.912,78/129.480}$$

$$PE = \frac{32.237,83}{0,51}$$

$$PE = \$ 62.705,86$$

Figura 37

Punto de equilibrio año 1



Nota. La presente figura muestra el punto de equilibrio del año 1

Descripción: Significa que la empresa el año 1, deberá trabajar con el 48,43 % de su capacidad, para obtener un punto de equilibrio de \$ 62.705,86. Para que puedan cubrir los costos que incurre en los procesos de producción de comida rápida.

AÑO 3

Punto de equilibrio según su capacidad

Punto de Equilibrio en % de capacidad

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable}}$$

$$PE = \frac{33.382,81}{129.480,00 - 65.659,88}$$

$$PE = 52,31\%$$

Punto de Equilibrio de según los ingresos

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

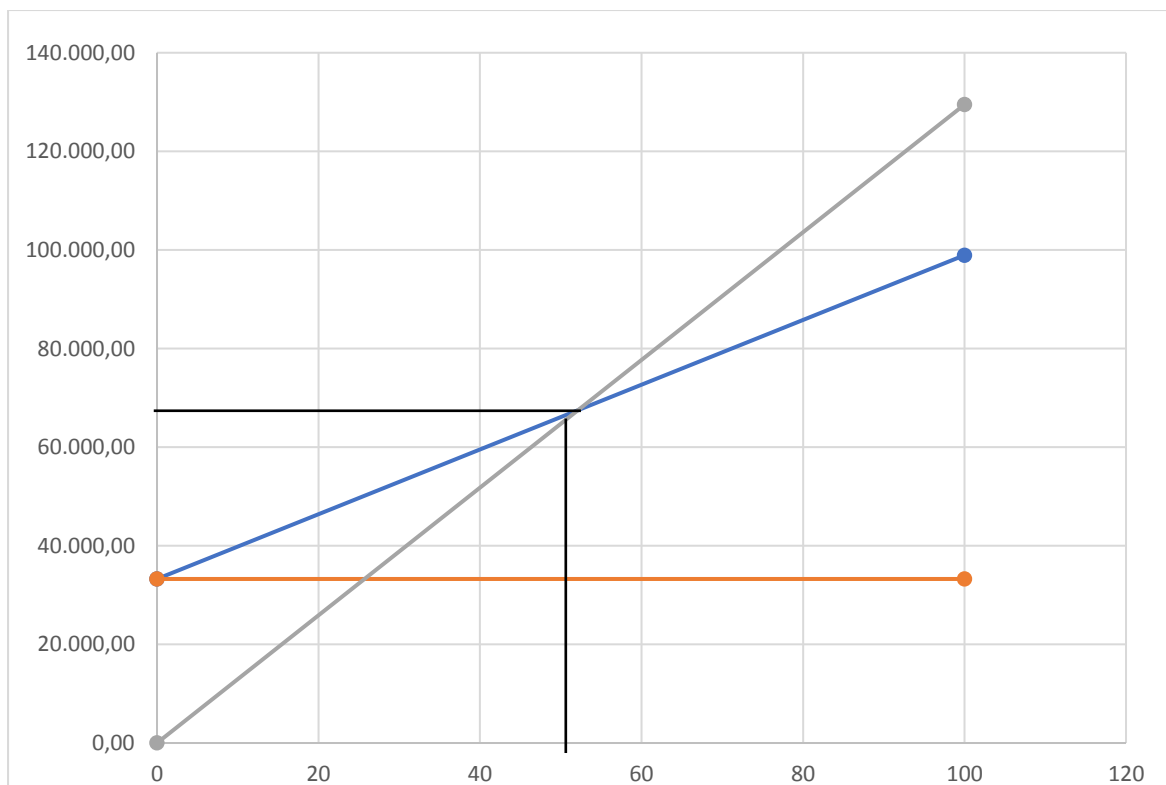
$$PE = \frac{33.382,81}{1 - 65.659,88 / 129.480,00}$$

$$PE = \frac{33.382,81}{0,49}$$

$$PE = \$ 67.727,96$$

Figura 38

Punto de equilibrio año 3



Nota. La presente figura muestra el punto de equilibrio del año 3

Significa que la empresa el año 1, deberá trabajar con el 52,31% de su capacidad, para obtener un punto de equilibrio de \$ 67.727,96. Para que puedan cubrir los costos que incurre en los procesos de producción de comida rápida.

AÑO 5

Punto de equilibrio según su capacidad

PE en % de capacidad

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable}}$$

$$PE = \frac{34.658,66}{129.480,00 - 68.538,07}$$

$$PE = 56,87\%$$

Punto de Equilibrio de según los Ingresos

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

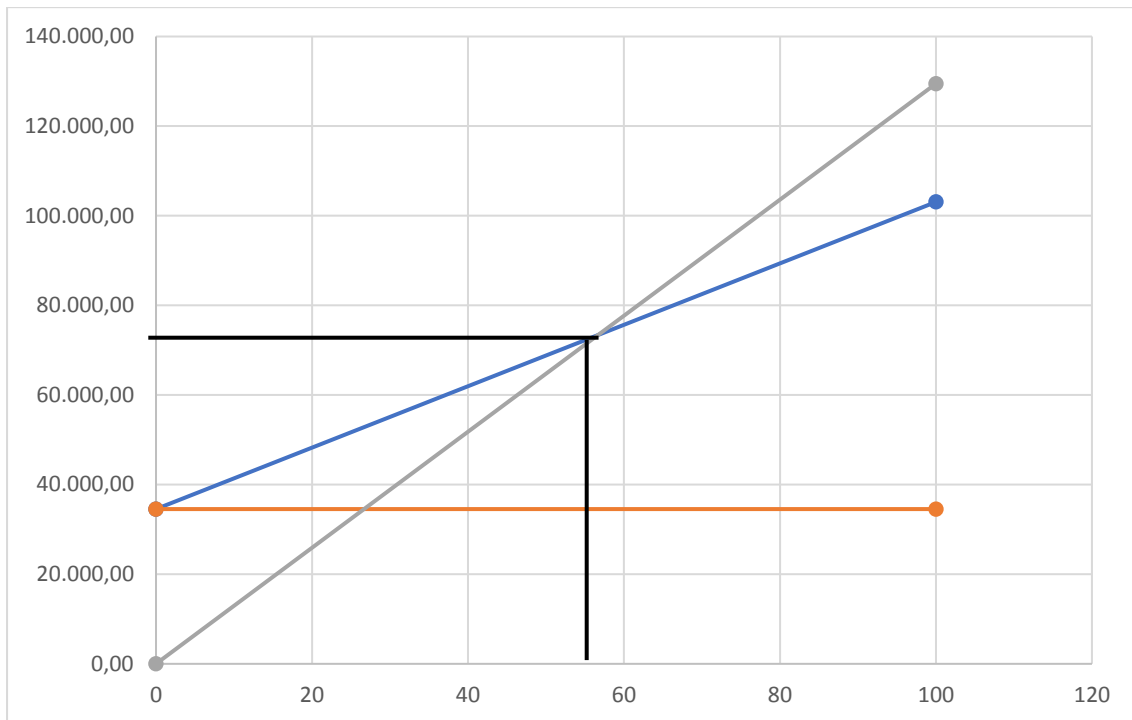
$$PE = \frac{34.658,66}{1 - \frac{68.538,07}{129.480,00}}$$

$$PE = \frac{34.658,66}{0,47}$$

$$PE = \$ 73.637,36$$

Figura 39

Punto de equilibrio año 5



Nota. La presente figura muestra el punto de equilibrio del año 5

Descripción; Significa que la empresa el año 5, deberá trabajar con el 56,87% de su capacidad, para obtener un punto de equilibrio de \$ 73.637,36. Para que puedan cubrir los costos que incurre en los procesos de producción de comida rápida.

7.4.4. Estados Financieros

En el proyecto se incluye los siguientes estados financieros: el balance de situación financiera y el estado de flujo de caja.

- **Estado de pérdidas y Ganancias**

El estado de resultados o pérdidas y ganancias, indica que el proyecto en estudio generará ganancias con los ingresos y egresos proyectados para la vida útil, a continuación, se muestra la tabla, el restaurante tendrá ganancias desde el inicio de sus actividades, es decir en el primer año se prevé una ganancia de \$15.255,89.

Tabla 117*Estado de pérdidas y Ganancias*

Ventas	\$ 129.480,00	\$ 129.480,00	\$ 129.480,00	\$ 129.480,00	\$ 129.480,00
(-) Costo de Producción	\$ 62.446,91	\$ 63.797,29	\$ 65.168,51	\$ 66.572,19	\$ 68.009,16
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 67.033,09	\$ 65.682,71	\$ 64.311,49	\$ 62.907,81	\$ 61.470,84
(-) Costo de Operación	\$ 32.703,70	\$ 33.162,68	\$ 33.765,94	\$ 34.416,03	\$ 35.070,05
(=) Utilidad antes de trabajo e IR	\$ 26.589,78	\$ 24.423,11	\$ 22.192,78	\$ 19.875,20	\$ 17.512,19
15% utilidad trabajadores	\$ 3.988,47	\$ 3.663,47	\$ 3.328,92	\$ 2.981,28	\$ 2.626,83
(=) Utilidad antes de IR	\$ 22.601,32	\$ 20.759,65	\$ 18.863,86	\$ 16.893,92	\$ 14.885,37
25% impuesto a la renta	\$ 5.650,33	\$ 5.189,91	\$ 4.715,97	\$ 4.223,48	\$ 3.721,34
Utilidad Antes De Reserva	\$ 16.950,99	\$ 15.569,73	\$ 14.147,90	\$ 12.670,44	\$ 11.164,02
10% reserva legal	\$ 1.695,10	\$ 1.556,97	\$ 1.414,79	\$ 1.267,04	\$ 1.116,40
Utilidad Liquida	\$ 15.255,89	\$ 14.012,76	\$ 12.733,11	\$ 11.403,40	\$ 10.047,62

Nota. La presente tabla muestra el estado de pérdidas y ganancias para los 5 años de vida útil del proyecto.

- **Estado de Flujo de Caja**

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tienen el proyecto, además permite conocer el estado en que se encuentra el proyecto, donde las entradas son aquellos movimientos que aumentan el efectivo de la empresa en un cierto tiempo, en cambio las salidas son aquellos movimientos que disminuyen el efectivo de la empresa, la diferencia entre las entradas y las salidas de flujo de efectivo para cada año.

Tabla 118*Flujo de caja Proyectado*

Flujo de Caja						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		\$ 129.480,00	\$ 129.480,00	\$ 129.480,00	\$ 129.480,00	\$ 129.480,00
Capital Externo	\$ 13.000,00					
Capital Propio	\$ 6.975,10					
Valor Residual		\$ -	\$ -	\$ 667,32	\$ -	\$ 5.276,87
Total, Ingresos	\$ 19.975,10	\$ 129.480,00	\$ 129.480,00	\$ 130.147,32	\$ 129.480,00	\$ 134.756,87
Egresos						
Activo Fijo	\$ 9.476,00					
Activo Circulante	\$ 8.099,10					
Activo Diferido	\$ 2.460,00					
Reinversión				\$ 2.002,17		
Costo de Producción		\$ 70.786,00	\$ 71.987,35	\$ 72.542,19	\$ 73.987,35	\$ 74.598,53
Costo de Operación		\$ 50.650,00	\$ 50.940,35	\$ 51.578,45	\$ 51.953,80	\$ 52.897,54
Amortización del crédito		\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00
(-) 15% utilidad trabajadores		\$ 3.988,47	\$ 3.663,47	\$ 3.328,92	\$ 2.981,28	\$ 2.626,83
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 5.650,33	\$ 5.189,91	\$ 4.715,97	\$ 4.223,48	\$ 3.721,34
Total, de Egresos	\$ 20.035,10	\$ 114.397,20	\$ 116.674,32	\$ 120.677,93	\$ 121.336,39	\$ 123.747,90
Flujo Neto de Caja	\$ -	\$ 15.082,80	\$ 12.805,68	\$ 9.469,39	\$ 8.143,61	\$ 11.008,97
(+) Depreciación		\$ 1.104,61	\$ 1.104,61	\$ 1.104,61	\$ 1.126,43	\$ 1.126,43
(+) Amortización Activo Diferido		\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00	\$ 492,00
(+) 10% Reserva Legal		\$ 1.695,10	\$ 1.556,97	\$ 1.414,79	\$ 1.267,04	\$ 1.116,40
Flujo de caja		\$ 18.374,51	\$ 15.959,26	\$ 12.480,80	\$ 11.029,08	\$ 13.743,81

Nota. La presente tabla indica el flujo de caja para los 5 años de vida útil del proyecto

7.5. Evaluación Financiera

7.5.1. Valor Actual Neto

Representa el valor presente de los beneficios luego de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más su costo de oportunidad, se obtiene con la siguiente fórmula:

$$\text{Factor actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Tabla 119

Valor Actual Neto

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DESCUENTO 10,12%	VAN
1	\$ 18.374,51	0,90810025	\$ 16.685,90
2	\$ 15.959,26	0,82464607	\$ 13.160,74
3	\$ 12.480,80	0,74886131	\$ 9.346,39
4	\$ 11.029,08	0,68004114	\$ 7.500,23
5	\$ 13.743,81	0,61754554	\$ 8.487,43
Sumatorio de Flujos			\$ 55.180,68
Menos Inversión			\$ 20.680,00
Valor Actual Neto			\$ 34.500,68

Nota. La presente tabla muestra el valor actual neto del proyecto

Descripción:

Para conocer el VAN se resta la sumatoria de los flujos de caja actualizados menos la inversión del proyecto, $(\$55.180,68 - 20.680,00) = 34.500,68$

Se puede decir que el VAN del proyecto es de \$34.500,68, el cual es un valor positivo o mayor a cero, lo que representa que el proyecto es aceptable

7.5.2. Tasa Interna de Retorno

Corresponde a la tasa de interés más alta que se podría pagar por un préstamo que financiará la inversión.

Tabla 120*Tasa Interna de Retorno*

Tasa Interna de Retorno					
Años	Flujo de Caja	Factor de Descuento Tm	Valor Actualizado	Factor de Descuento TM	Valor Actualizado
0		72,00%		73,00%	
1	18.374,51	0,58140	10.682,853	0,57803	10.621,10
2	15.959,26	0,33802	5.394,559	0,33412	5.332,37
3	12.480,80	0,19652	2.452,771	0,19314	2.410,48
4	11.029,08	0,11426	1.260,160	0,11164	1.231,27
5	13.743,81	0,06643	912,987	0,06453	886,90
Suma Valor Actualizado			20.703,33		20.482,14
Inversión			20.680,00		20.680,00
Valor Actual Neto			23,33		-197,86

Nota. La presente tabla indica la Tasa Interna de Retorno

Para obtener la Tasa Interna de Retorno se aplicó la fórmula que se describe a continuación:

$$TIR = Tm + DT \left(\frac{VANT}{VANTm - VAN TM} \right)$$

$$TIR = 72 + 1 \left(\frac{23,33}{23,33 - (-197,86)} \right)$$

$$TIR = 72 + 1 \left(\frac{23,33}{221,19} \right)$$

$$TIR = 72 + 1 * 0,10$$

$$TIR = 72\%$$

Análisis:

La tasa interna de retorno (TIIR) del proyecto es de 72% lo que significa que es mayor que el costo de oportunidad que es 10,12% del capital, por tanto, es recomendable la ejecución del proyecto.

7.5.3. Periodo de Recuperación del Capital

Es un indicador que permite conocer el tiempo para que el proyecto pueda cubrir la inversión inicial y su costo de financiamiento.

Tabla 121

Periodo de Recuperación del Capital

Años	Inversión	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Valor Actualizado	Flujo Acumulado
0	20.680,00				
1		18.374,51	0,9081	16685,895	16.685,90
2		15.959,26	0,8246	13160,744	29.846,64
3		12.480,80	0,7489	9346,385	39.193,02
4		11.029,08	0,6800	7500,231	46.693,26
5		13.743,81	0,6175	8487,426	55.180,68
Suma Total				71.587,46	

Nota. La presente tabla muestra el periodo de recuperación de la inversión del proyecto.

Para la obtención de este indicador se aplicó la siguiente fórmula:

$PRC = \text{Año que supera la inversión}$

$$+ \frac{\text{Inversión} - \text{Sumatoria flujo hasta el año que supera la inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 2 + \frac{20.680,00 - 29.846,64}{15.959,26}$$

$$PRC = 1,43$$

Cálculo:

$$1,42 = \mathbf{1 \text{ Año}}$$

$$0,42 * 12 = 5,11 = \mathbf{5 \text{ meses}}$$

$$0,11 * 30 = 3,22 \text{ días} = \mathbf{3 \text{ días}}$$

El período de recuperación del capital es de 1,56 días lo que significa que la inversión inicial se cubrirá en 1 año, 5 meses y 3 días; es decir el proyecto es indiferente y la decisión depende únicamente de los inversionistas si lo ejecutan o no.

7.5.4. Relación Beneficio – Costo

Este es un indicador que permite medir la rentabilidad esperada para cada unidad monetaria invertida, se compara los ingresos con los egresos actualizados del proyecto.

Tabla 122

Relación Beneficio - Costo

Años	Costo Total Original	Factor actualización	Costo actualizado	Ingresos originales	Factor actualización	Ingresos actualizados
0		10,12%			10,12%	
1	102.890,22	0,908100	93.434,63	129.480,00	0,908100	117.581
2	105.056,89	0,824646	86.634,75	129.480,00	0,824646	106.775
3	107.287,22	0,748861	80.343,25	129.480,00	0,748861	96.963
4	109.604,80	0,680041	74.535,77	129.480,00	0,680041	88.052
5	111.967,81	0,617546	69.145,22	129.480,00	0,617546	79.960
	Suma		404.093,62	Suma		489.330,08

Nota. La presente tabla indica la relación beneficio - costo del proyecto

Para la obtención de este indicador se aplicó la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{489.330,08}{404.093,62}$$

$$RBC = 1,21$$

La Relación Beneficio – Costo del presente proyecto es de \$1,21; lo cual indica que por cada dólar invertido se obtendrá una rentabilidad de \$0,21 centavos de dólar.

7.5.5. Análisis de Sensibilidad

Este análisis permite determinar la forma en que se afecta a un proyecto en dos situaciones: el aumento de los costos de la inversión y la disminución de los ingresos de la misma; es decir este análisis permite evaluar si la tasa de rentabilidad del proyecto afecta o no, frente a los cambios de una variable dentro de la parte económica del proyecto.

Análisis de sensibilidad con incremento en costos

Para saber si el proyecto será sensible en este apartado se incrementa los costos a un 12,25% obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 123*Análisis de Sensibilidad con Aumento en Costos*

Análisis de Sensibilidad con Aumento en Costo								
Años	Costo Original	Incremento de Costo	Ingreso Original	Nuevo Flujo de Caja	Factor Actualizado Tm	Valor Actualizado	Factor Actualizado TM	Valor Actualizada
0		12,25%		\$ -20.680,00	43,00%		44,00%	
1	102.890,22	115.494,3	129.480,00	13.985,73	0,6993	9.780,23	0,6944	9.712,31
2	105.056,89	117.926,4	129.480,00	11.553,64	0,4890	5.649,98	0,4823	5.571,78
3	107.287,22	120.429,9	129.480,00	9.050,10	0,3420	3.094,89	0,3349	3.030,86
4	109.604,80	123.031,4	129.480,00	6.448,61	0,2391	1.542,13	0,2326	1.499,74
5	111.967,81	125.683,9	129.480,00	3.796,14	0,1672	634,84	0,1615	613,10
VAN						20.702,07	VAN	20.427,79
Inversión						\$ -20.680,00		\$ -20.680,00
Total						\$ 22,07		\$ -252,21

Nota. La presente Tabla indica el análisis de Sensibilidad con incremento en costos.

Par calcular el análisis de sensibilidad con incremento en costos del presente proyecto se realizó el siguiente procedimiento.

- Primero se calcula la nueva TIR, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{NTIR} = T_m + DT \left(\frac{\text{VAN } T_m}{\text{VAN } T_m - \text{VAN } T_M} \right)$$

$$\text{NTIR} = 43 + 1 \left(\frac{303,22}{303,22 - 22,07} \right)$$

$$\text{NTIR} = 42 + 1 + 1,078$$

$$\text{NTIR} = 43\%$$

- Luego se calcula la diferencia de a TIR, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{DIF TIR} = \text{TOR} - \text{NTIR}$$

$$\text{DIF TIR} = 72,11 - 43,08$$

$$\text{DIF TIR} = 29,03$$

- Así mismo se calcula el porcentaje de variación, aplicando la siguiente fórmula:

$$\% \text{ Variación} = \left(\frac{\text{DIF TIR}}{\text{TIR Proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{ Variación} = \left(\frac{29,03}{72,11} \right) * 100$$

$$\% \text{ Variación} = 40\%$$

- Finalmente se calcula el análisis de sensibilidad del proyecto aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{NTIR}}$$

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \frac{410,26}{423,08}$$

Análisis de Sensibilidad = 0,93

El análisis de sensibilidad indica que el proyecto no es sensible y que resiste un incremento de los costos del 12,25 %; es decir, si el costo se incrementa con un porcentaje mayor al indicado, los cambios afectarán a la rentabilidad del presente proyecto.

- **Análisis de sensibilidad con disminución en Ingresos**

Para conocer si el proyecto es sensible en este proyecto se disminuye los ingresos en un 10%, obteniendo los siguientes resultados que se detallan a continuación:

Tabla 124*Análisis de Sensibilidad con Disminución en Ingresos*

Análisis de Sensibilidad con Disminución de Ingresos								
Años	Corto Original	Ingreso Original	Disminución de Ingreso	Nuevo Flujo de Caja	Factor Actualizado Tm	Valor Actualizado	Factor Actualizado TM	Valor Actualizado
0			10,00%		43,00%		44,00%	
1	102.890,22	129.480,00	116.532,00	13.641,78	0,69930	9.539,71	0,69444	9.473,46
2	105.056,89	129.480,00	116.532,00	11.475,11	0,48902	5.611,58	0,48225	5.533,91
3	107.287,22	129.480,00	116.532,00	9.244,78	0,34197	3.161,47	0,33490	3.096,06
4	109.604,80	129.480,00	116.532,00	6.927,20	0,23914	1.656,59	0,23257	1.611,05
5	111.967,81	129.480,00	116.532,00	4.564,19	0,16723	763,28	0,16151	737,14
Van						20.732,62	VAN	20.451,62
Inversión						\$ -20.680,00		\$ -20.680,00
Vanp						\$ 52,61		\$ -228,39

Nota. La presente tabla muestra el análisis de sensibilidad con disminución en ingresos.

Par calcular el análisis de sensibilidad con disminución en ingresos del presente proyecto se realizó el siguiente procedimiento.

- Primero se calcula la nueva TIR, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{NTIR} = T_m + DT \left(\frac{\text{VAN } T_m}{\text{VAN } T_m - \text{VAN } T_M} \right)$$

$$\text{NTIR} = 43,00 + 1 \left(\frac{52,61}{52,61 - (-228,39)} \right)$$

$$\text{NTIR} = 43,00 + 1 + 0,187$$

$$\text{NTIR} = 43,00$$

- Luego se calcula la diferencia de a TIR, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{DIF TIR} = \text{TIR} - \text{NTIR}$$

$$\text{DIF TIR} = 72,11 - 43,19$$

$$\text{DIF TIR} = 28,92$$

- Así mismo se calcula el porcentaje de variación, aplicando la siguiente fórmula:

$$\% \text{ Variación} = \left(\frac{\text{DIF TIR}}{\text{TIR Proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{ Variación} = \left(\frac{28,92}{72,11} \right) * 100$$

$$\% \text{ Variación} = 40,11$$

- Finalmente se calcula el análisis de sensibilidad del proyecto aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{NTIR}}$$

$$\text{Análisis de Sensibilidad} = \frac{40,11}{43,19}$$

Análisis de Sensibilidad = 0,93

El análisis de sensibilidad indica que el proyecto no es sensible y que resiste una disminución de ingresos de hasta el 10%; es decir, si el costo se incrementa con un porcentaje mayor al indicado, los cambios afectarán a la rentabilidad del presente proyecto.

8. Conclusiones

Una vez culminado el proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Saraguro, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Conociendo las oportunidades que hay en el mercado, se cree oportuno implementar el restaurante de comida rápida el mismo que expenderá, 5 platos relacionados a la comida rápida los cuales son; salchipapas, hot dogs, hamburguesas, pizzas y papas fritas con pollo, los cuales serán difundidos a través de las redes sociales como Facebook e Instagram, así mismo esta idea de negocio está dirigida a los habitantes de la ciudad de Saraguro y a todos quienes les guste deleitarse de la comida rápida.
- El estudio de mercado que se efectuó en la ciudad de Saraguro, permitió determinar que el proyecto es factible, los resultados obtenidos muestran que existe oferta. Pero que la misma no cubre por completo la demanda existente en el mercado de la ciudad de Saraguro, existe una demanda insatisfecha actual de 172.640 unidades de hot dogs; 333.896 unidades de salchipapas, así mismo 168.553 unidades de hamburguesas; 187.478 unidades de pizzas y finalmente 352.574 unidades de papas fritas con pollo, los cuales con la puesta en marcha del restaurante se pretende satisfacer dicha demanda.
- En el estudio técnico se pudo determinar que la capacidad instalada de los productos de comida rápida es la siguiente; hot dogs 12.740,00 unidades, salchipapas 14.560,00, hamburguesas 10.920, pizzas 7.280 y papas fritas con pollo 18.200 ; para lo cual el restaurante utilizará el 80 % de su capacidad para producir 9.370 hot dogs, 14.040 salchipapas, 7.800 hamburguesas, 3.432 pizzas y 14.040 papas fritas con pollo, dichos resultados se determinaron que el restaurante tendrá una participación en el mercado en el primer año de 5,4% en cuanto a hot dogs, 4,2% en salchipapas; 4,6% en hamburguesas, 1,8% en pizzas y 4% en papas fritas con pollo.

- En el estudio legal administrativo la empresa adoptará la denominación compañía de responsabilidad limitada conformada por socios, llevará su razón social como empresa de producción de comida rápida “Sara Deli Cía. Ltda”, y así mismo consta de un logotipo con la imagen institucional para su identificación y rápida posición en el mercado de la ciudad de Saraguro. Al momento de la implementación de la idea de negocio, también se pretende generar 6 fuentes de empleo con la finalidad de poder ayudar al desarrollo de la economía de la ciudad de Saraguro.
- Dentro del estudio económico, se determinó que la inversión del proyecto será de \$19.975,10 dólares, de los cuáles el 34,92% que equivale a \$6.975,10 dólares serán financiados con el aporte propio de los socios; mientras que el 65,08% que equivale \$13.000,00 dólares: serán financiados a través de un préstamo al BanEcuador a una tasa de interés del 10,12%.
- El precio de venta unitario para el primer año de la cartera de productos de comida rápida será de: \$2,00 para un hot dogs; \$2,00 para una salchipapa; \$3,00 para una hamburguesa; \$5,00 para una pizza y \$3,00 para una papa frita con pollo.
- En la evaluación financiera del proyecto se obtuvo los siguientes resultados: un VAN positivo de \$34.500,68 dólares; una TIR rentable de 72% una relación beneficio – costo de \$1,21; lo cual indica que el beneficio es mayor al costo y por cada dólar invertido se obtendrá 0,21 centavos de rentabilidad; el periodo de recuperación del capital será de un año, cinco meses y 3 días, el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en costos del 12,25%, con una sensibilidad del 0,93%; mientras que el mismo soportará una disminución en ingresos de hasta el 10 %; generándose una sensibilidad del 0,93%; por lo tanto se puede concluir que el proyecto de crear un restaurante de comida rápida en la ciudad de Saraguro es factible.

9. Recomendaciones

Luego de haber planteado las conclusiones referentes a la presente investigación se recomienda lo siguiente:

- Al concluir que el proyecto es factible se recomienda implementarlo, ya que de acuerdo al estudio el mismo generará una importante rentabilidad a sus inversionistas, además de generar desarrollo productivo en la ciudad de Saraguro generando fuentes de trabajo.
- Ejecutar el plan de comercialización y sus estrategias propuestas con el fin de posicionar al restaurante en el mercado y de esa manera obtener más clientes.
- Hacer hincapié en los resultados del estudio económico, puesto que ahí se detalla con precisión aquellos gastos que incurren en el proyecto, así como el monto determinado para empezar con las actividades productivas de la empresa de manera que pueda desempeñar sus actividades de manera efectiva.
- Ejecutar el estudio técnico, ya que la ubicación elegida está en un sector concurrido por las personas que llegan de otras ciudades del país, por lo que considera que estar ubicado en este sector es muy favorable para la empresa.
- Dar a conocer al personal la misión, visión y objetivos de la empresa, además de proporcionar al personal el manual de funciones para que los mismos puedan desempeñar su actividad de mejor manera.
- Considerar la inversión estimada y la institución financiera propuesta, ya que la misma fue minuciosamente determinada para la puesta en marcha del presente proyecto.

10. Bibliografía

- Arias, M. F., & Jaramillo, C. A. (2017). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA EN LA CIUDAD DE PALMIRA, CON REALIZACIÓN DE EXPRESIONES ARTÍSTICAS . UNIVERSIDAD DEL VALLE FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN.
- Amaru, A. C. (2008). Fundamentos de Administración. Pearson Educación.
- Arias, A. (2006). El proyecto de Investigación. EDITORIAL EPISTEME.
- Arias, F. G. (2012). La investigación descriptiva . Episteme.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). Fundamentos del marketing. Pearson.
- Bayly, J. (2017). Ciclo de vida de un proyecto de inversión. IDESAA.
- Bayly, K. (2017). El ciclo de vida de un proyecto de inversión. IDESAA.
- Business, P. d. (2017). Conexionesan.
- Cárdenas, M. V. (2018). Estudio de Factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Tulcán. Universidad Central del Ecuador.
- Chiavenato, I. (1930). Iniciación a la Organización y Técnica Comercial. doi:Mc Graw Hill
- Clemente, J. S., & Layala, B. G. (2019). Posicionamiento de los restaurantes de comida rápida. Boletín ICE Económico, 51.
- Compañías, L. d. (2023). De la constitución de una compañía anónima.
- Compañías, L. d. (2023). De la constitución de una compañía de Responsabilidad Limitada.
- Compañías, L. d. (2023). De la constitución de una empresa Unipersonal .

- Córdoba, M. (2012). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Pearson.
- Fernandez, B. (2018). *El plan de comercialización; la clave para vender tu producto*. Generalitat de Catalunya, 6.
- Guzmán, J. A., Vera, A. L., & Rodriguez, A. C. (2018). *Estudio de Factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Bogotá*. Universidad Autónoma de Occidente.
- Herrera, V. M., & Lazo, J. M. (2014). *Porque se da el fracaso de los emprendimientos*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Jaime, A. (2011). *Contabilidad Financiera I*.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. Person Edición.
- Marín, M., & López, Y. (2016). *Estudio de Factibilidad para*. Repositorio UTPL.
- Montelongo, M. D. (2007). *Estudios Organizacionales y Administración*. Primera Edición.
- Morales Casto, A., & Morales Casto, J. (2009). *Proyectos de inversión. Evaluación y formulación*. México: McGraw Hill.
- Padilla, M. C. (2013). *Análisis Financiero- Formulación y Evaluación de proyectos*. Pearson Education.
- Palacios, D. (2021). *Los 7 tipos de empresas y su clasificación*. HubSpot, 36-42.
- Pasaca, M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. GRAFICPLUS.
- Pizarro, M. (2019). *Apología de la comida rápida*. Revista Ñ, 83.
- RAE, R. A. (2023). *Diccionario de la Lengua Española*.

- Rodríguez, M. (2020). El consumo de comida rápida- Situación en el mundo. Strategic Research Center de EAE Bussines School. Datamonitor.
- Sampieri Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2003). Metodología de la Investigación . McGraw-Hill Interamericana.
- Sampieri, R. H. (2012). Fundamentos de la metodología de la investigación .
- Sapag, N. (2000). Evaluación de Proyectos de Inversión. EDUCATION S.A.
- Sevilla, A. (2017). Manual de Funciones. EUROINNOVA, 16.
- Urbina, B. (2014). Introducción al aingenieria Industrial. Pearson.
- Urbina, G. B. (2001). Evaluación de Proyectos . PEARSON.
- Villarán, K. W. (2009). Plan de Negocios. Publisher.
- Yanez, E. d. (2015). Proyecto de factibilidad para la implementación de un negocio de comida rápida en el cantón Guamote , provincia de Chimborazo . Escuela Politécnica de Chimborazo.

11. Anexos

Anexo 1

Modelo de Encuesta de la demanda

1. Indique su género. <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino Otro:	2. Indique cuál es su edad																		
3. ¿Consume comida rápida? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No																			
4. ¿Indique el precio y la cantidad que compra de cada producto según la frecuencia señalada? <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 40%;">Productos</th> <th style="width: 20%;">Precio</th> <th style="width: 40%;">Frecuencia Mensual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hot dog</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Salchipapas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hamburguesas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pizzas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Papas fritas</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Productos	Precio	Frecuencia Mensual	Hot dog			Salchipapas			Hamburguesas			Pizzas			Papas fritas		
Productos	Precio	Frecuencia Mensual																	
Hot dog																			
Salchipapas																			
Hamburguesas																			
Pizzas																			
Papas fritas																			
5. ¿Dónde adquiere estos productos? <input type="checkbox"/> Ochenta veinte <input type="checkbox"/> Pizzas-Cooffe Saraguros <input type="checkbox"/> Las papitas de don Jorge <input type="checkbox"/> La estación del Sabor Otro:.....	6. ¿Cómo calificaría la comida rápida que consume? <input type="checkbox"/> Muy Buena <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala																		
7. ¿En qué se fija al momento de comprar la comida rápida? <input type="checkbox"/> Marca <input type="checkbox"/> Precio <input type="checkbox"/> Sabor <input type="checkbox"/> Cantidad <input type="checkbox"/> Ingredientes de preparación	8. ¿Que busca en un restaurante al momento de ir comer? <input type="checkbox"/> Variedad de productos <input type="checkbox"/> Buena atención <input type="checkbox"/> Comodidad <input type="checkbox"/> Localización <input type="checkbox"/> Higiene <input type="checkbox"/> Infraestructura amplia Otra.....																		

<p>9. ¿Qué tipo de restaurante visita con mayor frecuencia?</p> <p><input type="checkbox"/> Restaurante Gourmet</p> <p><input type="checkbox"/> Restaurante de especialidades (carnes, mariscos)</p> <p><input type="checkbox"/> Restaurantes de comida rápida</p>	<p>10. Si en la ciudad de Saraguro se creara un restaurante destinado a la venta de comida rápida, con los espacios adecuados, ¿compraría sus productos</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>Si su respuesta es NO, finalice la encuesta.</p>																								
<p>11. ¿Qué tipo de comida rápida le gustaría que se expenda en el lugar?</p> <table border="1" data-bbox="229 600 1342 969"> <thead> <tr> <th data-bbox="229 600 488 640">Papas</th> <th data-bbox="488 600 791 640">Hamburguesas</th> <th data-bbox="791 600 1059 640">Hot dogs</th> <th data-bbox="1059 600 1342 640">Pizzas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="229 640 488 680"><input type="checkbox"/> Salchipapa</td> <td data-bbox="488 640 791 680"><input type="checkbox"/>Hamburguesa de pollo</td> <td data-bbox="791 640 1059 680"><input type="checkbox"/> Hotdog simple</td> <td data-bbox="1059 640 1342 680"><input type="checkbox"/> Hahuayana</td> </tr> <tr> <td data-bbox="229 680 488 721"><input type="checkbox"/> Salchihuevo</td> <td data-bbox="488 680 791 721"><input type="checkbox"/>Hamburguesa vegetariana</td> <td data-bbox="791 680 1059 721"><input type="checkbox"/> Hot dog mixto</td> <td data-bbox="1059 680 1342 721"><input type="checkbox"/> Jamon y Queso</td> </tr> <tr> <td data-bbox="229 721 488 761"><input type="checkbox"/> Salchipollo</td> <td data-bbox="488 721 791 761"><input type="checkbox"/>Hamburguesa clásica</td> <td></td> <td data-bbox="1059 721 1342 761"><input type="checkbox"/> Peperoni</td> </tr> <tr> <td data-bbox="229 761 488 801"><input type="checkbox"/> Choripapa</td> <td data-bbox="488 761 791 801"><input type="checkbox"/>Hamburguesa especial</td> <td></td> <td data-bbox="1059 761 1342 801"><input type="checkbox"/> Parrilla</td> </tr> <tr> <td data-bbox="229 801 488 842"><input type="checkbox"/> Papicarne</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Papas	Hamburguesas	Hot dogs	Pizzas	<input type="checkbox"/> Salchipapa	<input type="checkbox"/> Hamburguesa de pollo	<input type="checkbox"/> Hotdog simple	<input type="checkbox"/> Hahuayana	<input type="checkbox"/> Salchihuevo	<input type="checkbox"/> Hamburguesa vegetariana	<input type="checkbox"/> Hot dog mixto	<input type="checkbox"/> Jamon y Queso	<input type="checkbox"/> Salchipollo	<input type="checkbox"/> Hamburguesa clásica		<input type="checkbox"/> Peperoni	<input type="checkbox"/> Choripapa	<input type="checkbox"/> Hamburguesa especial		<input type="checkbox"/> Parrilla	<input type="checkbox"/> Papicarne			
Papas	Hamburguesas	Hot dogs	Pizzas																						
<input type="checkbox"/> Salchipapa	<input type="checkbox"/> Hamburguesa de pollo	<input type="checkbox"/> Hotdog simple	<input type="checkbox"/> Hahuayana																						
<input type="checkbox"/> Salchihuevo	<input type="checkbox"/> Hamburguesa vegetariana	<input type="checkbox"/> Hot dog mixto	<input type="checkbox"/> Jamon y Queso																						
<input type="checkbox"/> Salchipollo	<input type="checkbox"/> Hamburguesa clásica		<input type="checkbox"/> Peperoni																						
<input type="checkbox"/> Choripapa	<input type="checkbox"/> Hamburguesa especial		<input type="checkbox"/> Parrilla																						
<input type="checkbox"/> Papicarne																									
<p>12. ¿En qué cantidad y frecuencia consumiría la comida rápida?</p> <table border="1" data-bbox="325 1043 1243 1312"> <thead> <tr> <th data-bbox="325 1043 700 1084" rowspan="2">Productos</th> <th colspan="2" data-bbox="700 1043 1243 1084">Frecuencia</th> </tr> <tr> <th data-bbox="700 1084 971 1124">Semanal</th> <th data-bbox="971 1084 1243 1124">Mensual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="325 1124 700 1164">Hot dog</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="325 1164 700 1205">Salchipapas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="325 1205 700 1245">Hamburguesas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="325 1245 700 1285">Pizzas</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="325 1285 700 1323">Papas fritas</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Productos	Frecuencia		Semanal	Mensual	Hot dog			Salchipapas			Hamburguesas			Pizzas			Papas fritas						
Productos	Frecuencia																								
	Semanal	Mensual																							
Hot dog																									
Salchipapas																									
Hamburguesas																									
Pizzas																									
Papas fritas																									
<p>13. ¿En qué horario iría al restaurante?</p> <p><input type="checkbox"/> Mañana</p> <p><input type="checkbox"/> Medio día</p> <p><input type="checkbox"/> Tarde</p> <p><input type="checkbox"/> Noche</p>	<p>14. ¿Por qué red social le gustaría recibir información sobre lo que ofrece el restaurante?</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook</p> <p><input type="checkbox"/> Instagram</p> <p><input type="checkbox"/> tiktok</p>																								
<p>15. ¿Cómo le gustaría que fuera las decoraciones del restaurante?</p> <p><input type="checkbox"/> Elegante</p> <p><input type="checkbox"/> Rustico</p> <p><input type="checkbox"/> Tradiciones propias del lugar</p>	<p>16. ¿Qué promociones le gustaría recibir por el consumo que realice en el restaurante?</p> <p><input type="checkbox"/> Regalos</p> <p><input type="checkbox"/> Una orden de consumo gratis al finalizar el mes</p> <p><input type="checkbox"/> Días de dos por 1</p>																								
<p>¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!</p>																									

Anexo 2

Distribución de Planta 3D



Nota. Adaptada por la autora

Anexo 3

Tasa de Inflación



Nota. Información tomada del INEC

Anexo 4

Tasa de Incremento Salarial

Año	Incremento Salarial Salarios Básicos	Incremento Porcentual
2015	\$ 354,00	
2016	\$ 366,00	3,39%
2017	\$ 375,00	2,46%
2018	\$ 386,00	2,93%
2019	\$ 394,00	2,07%
2020	\$ 400,00	1,52%
2021	\$ 400,00	0,00%
2022	\$ 425,00	6,25%
2023	\$ 450,00	5,88%
Total		24,51%
Promedio Anual		3,06%

Nota. Información tomada del BCE (Banco Central del Ecuador)

Anexo 5

Evidencia de Encuestas Aplicadas



Anexo 6

Tasa de Interés del crédito



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME		
Destino	Activo Fijo	Tasa Nominal(%)	9.76
Sector Económico	N/A	Tasa Efectiva(%)	10.12
Facilidad	Pequeña y Mediana Empresa	Monto(USD)	13,000.00
Tipo Amortización	Cuota Fija	Plazo(Años)	5
Forma de Pago	Trimestral	Fecha Simulación	2023-10-16

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	13000.00			
1	12488.01	511.99	317.20	829.19
2	11983.52	524.49	304.71	829.19
3	11426.24	537.28	291.91	829.19
4	10875.84	550.39	278.80	829.19
5	10312.02	563.82	265.37	829.19
6	9734.44	577.58	251.61	829.19
7	9142.77	591.67	237.52	829.19
8	8536.66	606.11	223.08	829.19
9	7915.76	620.90	208.29	829.19
10	7279.71	636.05	193.14	829.19
11	6628.14	651.57	177.62	829.19
12	5960.67	667.47	161.73	829.19
13	5276.92	683.75	145.44	829.19
14	4576.48	700.44	128.76	829.19

Nota. Simulador de crédito BanEcuador

Anexo 7

Certificado de traducción

CERTF. N° 6.3 – 2024
Loja, 31 de enero del 2024

El suscrito Franco Guillermo Abrigo Guarnizo.

Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés

A petición de la parte interesada y en forma legal.

CERTIFICA:

Que **Alexandra Maribel Cabrera Armijos** con cédula de identidad número **1105352650**, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, completó satisfactoriamente la presente traducción de español a inglés del Trabajo de Integración Curricular denominado **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Saraguro”**.

Traducción que fue guiada y revisada minuciosamente por mi persona. En consecuencia, se da validez a la presentación de la misma. Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo la interesada hacer uso del presente documento en lo que estimare conveniente.

Atentamente,



.....
Franco Guillermo Abrigo Guarnizo

Lcdo. En Ciencias de la Educación Mención Idioma Inglés

Número de Registro Senescyt: 1008-2021-2368808

Cédula: 1104492127

email: franco.abrigo@hotmail.com

celular: 0990447198