



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA EN LA CIUDAD DE
RIOBAMBA AÑO 2021”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

JESSICA SUSANA CHÁVEZ MARIÑO

Riobamba - Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA EN LA CIUDAD DE
RIOBAMBA AÑO 2021”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: Jessica Susana Chávez Mariño

DIRECTOR: Ing. Víctor Oswaldo Cevallos Vique

Riobamba - Ecuador

2021

©2021, Jessica Susana Chávez Mariño

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Chávez Mariño Jessica Susana, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Riobamba, 16 de marzo del 2021

Riobamba, 10 de Septiembre de 2021

Chávez Mariño Jessica Susana

C.C: 060496076-5

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: el Trabajo de titulación Tipo: Proyecto de Investigación, “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA AÑO 2021**”, realizado por la señorita: **CHÁVEZ MARIÑO JESSICA SUSANA**, ha sido minuciosamente por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	_____	10-09-2021
Ing. Víctor Cevallos Vique DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	10-09-2021
Ing. Vanessa Fernanda Morales Rovalino MIEMBRO DEL TRIBUNAL	_____	10-09-2021

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación constituye a mi esfuerzo y aprendizaje durante estos años de estudio que he puesto dedicación y tiempo a este trabajo dedico a Dios por haber dado esta oportunidad de vida y cada día aprovechar más mis conocimientos adquiridos dentro de la institución.

A mis padres por su apoyo incondicional durante este periodo de tiempo y su motivación y aliento que me dieron en los momentos que necesite, quienes han sido mi apoyo fundamental durante mi vida, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

También a mis hermanos por el apoyo que me brindaron día tras día en mi vida.

Jessica

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme cumplir con una meta que tanto anhele, ya que siempre en todo momento a mis padres y hermano por brindar su apoyo incondicional y darme las palabras de aliento para alcanzar mis metas.

También de carácter especial a mis tutores de tesis, por haberme guiado en la elaboración de mi trabajo de titulación, con sus conocimientos, experiencia, paciencia y su motivación ha logrado que pueda terminar mis estudios con éxito.

Jessica

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
TABLA DE CONTENIDO.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XII
RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	2
1.1. Planteamiento del Problema	2
1.2. Formulación del Problema.....	3
1.3. Sistematización del problema	3
1.4. Objetivos.....	3
1.4.1. <i>General</i>	3
1.4.2. <i>Específicos</i>	3
1.5. Justificación.....	3
1.5.1. <i>Justificación teórica</i>	3
1.5.2. <i>Justificación Metodológica</i>	4
1.5.3. <i>Justificación práctica</i>	4
1.6. Antecedentes de la investigación	4
1.7. Marco teórico	6
1.7.1. <i>Que es un estudio de Factibilidad</i>	6
1.7.2. <i>Etapas del proyecto</i>	7
1.7.3. <i>Fases del Proyecto de Factibilidad</i>	8
1.7.4. <i>Estudio técnico</i>	10
1.7.5. <i>Estudio financiero</i>	11
1.7.6. <i>Estudio administrativo</i>	12
1.7.7. <i>Estudio legal</i>	13
1.7.8. <i>Satisfacer necesidades</i>	13
1.7.9. <i>Origen de Comida Rápida</i>	13
1.7.10. <i>Historia del restaurante</i>	14
1.7.11. <i>Restaurante</i>	14

1.7.12.	<i>Servicio</i>	16
1.7.13.	<i>Menú</i>	16
1.7.14.	<i>Empleo</i>	16
1.8.	Marco Conceptual	17
1.8.1.	<i>Demanda Insatisfecha</i>	17
1.8.2.	<i>Demanda</i>	17
1.8.3.	<i>Oferta</i>	17
1.8.4.	<i>Emprendimiento</i>	17
1.8.5.	<i>Restaurante</i>	17
1.8.6.	<i>Proyecto</i>	17
1.8.7.	<i>Mercado</i>	18
1.9.	Formulación de la hipótesis	18

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	19
2.1.	Enfoque de investigación	19
2.1.1.	<i>Enfoque mixto</i>	19
2.2.	Nivel de Investigación	19
2.2.1.	<i>Investigación Exploratorio</i>	19
2.2.2.	<i>Investigación Descriptiva</i>	19
2.3.	Diseño de investigación	19
2.3.1.	<i>No experimental</i>	19
2.4.	Tipo de estudio	19
2.4.1.	<i>Investigación de campo</i>	20
2.4.2.	<i>Investigación documental bibliográfica</i>	20
2.5.	Población y muestra	20
2.5.1.	<i>Población y Muestra</i>	20
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	20
2.6.1.	<i>Método Inductivo</i>	20
2.6.2.	<i>Método Deductivo</i>	20
2.6.3.	<i>Método Analítico</i>	20
2.6.4.	<i>Técnicas e Instrumentos de Investigación</i>	21
2.6.5.	<i>Muestreo</i>	21

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS ...	23
3.1.	Resultados	23
3.1.1.	<i>Comprobación de Hipótesis</i>	36
3.2.	Idea a Defender	36
3.3.	Propuesta.....	36
3.3.1.	<i>Título</i>	36
3.4.	Contenido de la Propuesta	36
3.4.1.	<i>Misión</i>.....	36
3.4.2.	<i>Visión</i>	37
3.4.3.	<i>Objetivos estratégicos</i>.....	37
3.4.4.	<i>Valores</i>.....	37
3.5.	ESTUDIO DE MERCADO.....	38
3.5.1.	<i>Descripción del Producto</i>.....	38
3.5.2.	<i>Definición del área de mercado</i>.....	38
3.5.3.	<i>Segmentación del mercado</i>	39
3.5.4.	<i>Mercado Potencial</i>	40
3.5.5.	<i>Mercado Meta</i>	40
3.5.6.	<i>Análisis de la Demanda</i>	40
3.5.7.	<i>Análisis de la Oferta</i>	42
3.5.8.	<i>Capacidad instalada</i>.....	44
3.5.9.	<i>Mix de Mercado</i>	45
3.6.	Estudio Técnico.....	48
3.6.1.	<i>Localización</i>	48
3.6.2.	<i>Ingeniería del Proyecto</i>.....	50
3.7.	Estudio Legal.....	60
3.7.1.	Permisos necesarios	60
3.7.2.	<i>Presupuesto de Gasto de Constitución</i>	62
3.8.	Estudio Organizacional.....	62
3.8.1.	<i>Organigrama estructural</i>.....	63
3.9.	Estudio Financiero.....	65
3.9.1.	<i>Inversión Inicial</i>.....	65
3.10.	Estudio costo operacional.....	69
3.10.1.	<i>Costos de producción</i>	69
3.9.2.	<i>Costo Fijo</i>	74
3.9.2.	<i>Costo Fijo</i>	75

3.9.4. <i>Ingresos</i>	75
3.11. Estados financieros	76
3.11.1. <i>Balance General</i>	76
3.11.2. <i>Estado de Resultados</i>	77
3.11.3. <i>Flujo de Efectivo</i>	78
3.12. Análisis de Rentabilidad	78
3.12.1. <i>VAN78</i>	
3.12.2. <i>TIR</i> 79	
3.12.3. <i>Beneficio Costo</i>	80
3.12.4. <i>Periodo de Recuperación</i>	80
3.12.5. <i>Punto de Equilibrio</i>	81
3.12.6. <i>Ratios</i>	81
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXO	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Edad.....	23
Tabla 2-3: Género	24
Tabla 3-3: Consumo de comida rápida	25
Tabla 4-3: Frecuencia de Consumo	268
Tabla 5-3: Factor que toma en cuenta para comprar.....	27
Tabla 6-3: Productos que usualmente adquiere	28
Tabla 7-3: Presupuesto estimado de consumo	29
Tabla 8-6: Método de compra.....	30
Tabla 9-3: Método de pago	31
Tabla 10-3: Valor agregado que prefiere	32
Tabla 11-9: Información en medios de comunicación.....	33
Tabla 12-3: Lugar donde adquiere comida rápida	34
Tabla 13-3: Consumo de comida rápida en Sixto Duran Ballén.....	35
Tabla 14-3: Descripción del Producto	38
Tabla 15-3: Definición del área de mercado.....	38
Tabla 16-3: Segmentación del mercado.....	39
Tabla 17-3: Mercado potencial	40
Tabla 18-3: Análisis de la demanda.....	40
Tabla 19-3: Frecuencia de consumo de comida rápida.....	41
Tabla 20-3: Demanda proyectada	42
Tabla 21-3: Datos de oferta de lugares de venta de comida rápida.....	43
Tabla 22-3: Oferta proyectada	43
Tabla 23-3: Demanda Insatisfecha.....	44
Tabla 24-3: Desarrollo estratégico.....	48
Tabla 25-3: Símbolos del flujograma.....	50
Tabla 26-3: Procesos de preparación de comida rápida.....	57
Tabla 27-3: Maquinarias, equipos y enseres para la producción	59
Tabla 28-3: Personal requerido	59
Tabla 29-3: Presupuesto de Gasto Constitución	62
Tabla 30-3: Inversión Fija	65
Tabla 31-3: Inversión diferida.....	65
Tabla 32-3: Capital inicial de trabajo.....	66
Tabla 33-3: Inversión Inicial.....	66
Tabla 34-3: Financiamiento	67
Tabla 35-3: Ciclo de caja	68

Tabla 36-3: Amortización de crédito	68
Tabla 37-3: Depreciaciones y Amortizaciones	69
Tabla 38-3: Materia Prima Salchipapa.....	70
Tabla 39-3: Materia Prima Hamburguesa	70
Tabla 40-3: Materia Prima Papi Pollo.....	70
Tabla 41-3: Materia Prima Papi Carne	70
Tabla 42-3: Materia Prima Papi Huevo	71
Tabla 43-3: Costo mensual de materia prima.....	71
Tabla 44-3: Rol de Pagos	71
Tabla 45-3: Rol de Provisiones	72
Tabla 46-3: Mano de obra directa proyectada.....	72
Tabla 47-3: Mano de obra indirecta proyectada	72
Tabla 48-3: Costo de producción por cada producto	73
Tabla 49-4: Costo de Producción Proyectada	73
Tabla 50-3: Costo Fijo Proyectado	74
Tabla 51-3: Costo Variable Proyectado	75
Tabla 52-3: Ingreso y su proyección.....	75
Tabla 53-3: Balance General Proyectada.....	76
Tabla 54-3: Estado de Resultado Proyectado.....	77
Tabla 55-3: Flujo de efectivo proyectado	78
Tabla 56-3: Tasa de descuento.....	78
Tabla 57-3: Flujo de Caja actualizada.....	78
Tabla 58-3: Cálculo VAN.....	79
Tabla 59-3: Cálculo del TIR	79
Tabla 60-3: Cálculo Beneficio Costo.....	80
Tabla 61-3: Periodo de Recuperación.....	80
Tabla 62-3: Costos Totales	81
Tabla 63-3: Cálculo punto de equilibrio	81

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1-3: Edad.....	23
Gráfico 2-3: Género	24
Gráfico 3-3: Consumo de comida rápida	25
Gráfico 4-3: Frecuencia de consumo	26
Gráfico 5-3: Factor que toma en cuenta para comprar.....	27
Gráfico 6-3: Productos que usualmente adquiere	28
Gráfico 7-5: Presupuesto estimado de consumo	29
Gráfico 8-3: Método de compra.....	30
Gráfico 9-3: Método de pago	31
Gráfico 10-3: Valor agregado que prefiere	32
Gráfico 11-3: Información en medios de comunicación.....	33
Gráfico 12-3: Lugar donde adquiere comida rápida	34
Gráfico 13-3: Consumo de comida rápida en Sixto Duran Ballén.....	35
Gráfico 14-3: Logotipo	46
Gráfico 15-3: Tarjeta de presentación.....	46
Gráfico 16-3: Macro localización	49
Gráfico 17-3: Micro localización.....	49
Gráfico 18-3: Diagrama de procesos	51
Gráfico 19-3: Diagrama de Proceso de Salchipapas	52
Gráfico 20-3: Diagrama de Proceso de Hamburguesa.....	53
Gráfico 21-3: Diagrama de Proceso de Papi Pollo.....	54
Gráfico 22-3: Diagrama de Proceso de Papi Carne	55
Gráfico 23-3: Diagrama de Proceso de Papi Huevo	56
Gráfico 24-3: Infraestructura del negocio	60
Gráfico 25-3: Estructura Organizacional	63
Gráfico 26-3: Organigrama Funcional.....	63

RESUMEN

El siguiente proyecto pretendió medir la factibilidad de la implementación de un restaurante de comida rápida “Rapi Delicias” en el Cantón Riobamba, con el fin de satisfacer las necesidades alimenticias de las personas. En la cual se basó en la metodología de tipo descriptiva, también la investigación de campo y bibliografías el cual permitió captar información de forma segura. En el estudio de mercado se aplicó encuestas a la población de la ciudad del Riobamba donde se pudo determinar la existencia de una demanda insatisfecha con nivel de aceptación de 96%, además permitió conocer los gustos y preferencias de las personas. El restaurante de comida rápida “Rapi Delicias” fue una propuesta diferente en comparación a los restaurantes comunes, ya que ofrece un ambiente acogedor y cálido acompañado de música, donde los clientes pueden disfrutar en familia, amigos y deleitarse de la mejor comida rápida como si en realidad estuvieran en su casa. Se llevó a cabo el estudio técnico, legal, administrativo y financiero en la cual se determinó la inversión inicial es de \$9,110.50, indicadores como es el Valor Actual Neto positivo de \$ 12,359.14, el porcentaje de la Tasa de Retorno 50%, el periodo de recuperación de la inversión será en un periodo de 1 año, 3 meses y 3 días, con un Beneficio Costo de \$ 1,10 y el punto de equilibrio del proyecto será de \$ 26.332,56 en el primer año. Mediante los estudios y procesos financieros se determinó que el proyecto es factible, porque tuvo un alto porcentaje de aceptabilidad. Se recomienda que se implemente el emprendimiento cuidando detalles como la presentación, creatividad, higiene y calidad de los productos.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <EMPRENDIMIENTO>, <ESTUDIO ECONÓMICO>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>, <CHIMBORAZO (PROVINCIA)>



7-12-2021

2212-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The following project aimed to measure the feasibility to implement a fast food restaurant called "Rapi Delicias" in Riobamba city in order to meet the consumer's need. It was based on a descriptive methodology, also a field and bibliographic research that made it possible to securely collect the information. In the market study, surveys were applied to the population of Riobamba city, where it was possible to determine the existence of an unsatisfied demand with an acceptance level of 96%, in addition, it allowed to know the tastes and preferences of people. The fast food restaurant called "Rapi Delicias" was a different proposal compared to common restaurants, as it offers a cozy and warm atmosphere accompanied by music, where customers with their families and friends can enjoy the best fast food as if they were at home. The technical, legal, administrative and financial study was carried out in which the initial investment is \$ 9,110.50, indicators such as the positive net present value of \$ 12,359.14, a rate of return percentage of 50%, a payback period for the investment will be in 1 year, 3 months and 3 days, with a cost benefit of \$ 1.10 and the project's point of balance will be \$ 26,332.56 during the first year. Through some financial studies and processes, it was determined that the project is feasible, as it had a high percentage of acceptability. It is recommended to implemented this proposal taking care of several details such as the presentation, creativity, hygiene and quality of products.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <STUDY OF FEASIBILITY>, <STARTUP>, <ECONOMIC STUDY>, <RIOBAMBA (CANTON)>, <CHIMBORAZO (PROVINCE)>

LUIS
FERNANDO
BARRIGA
FRAY

Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2021.12.13
13:03:48 -05'00'

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se trata de una evaluación para determinar si es factible poner en el mercado un negocio de restaurante de comida rápida “Rapi Delicias” en la ciudad de Riobamba. Es un restaurante de comida rápida, lugar donde se sientan a gusto los clientes y puedan tener un momento ameno junto con su familia y amigos, ya que tiene un ambiente adecuado acompañado de música, en la cual se alimenten tranquilamente.

Es importante realizar el análisis de la evaluación financiera para ver si el proyecto tiene rentabilidad y la aceptación adecuada por ser nueva en la ciudad.

En el Capítulo I se realizará todo lo referente al marco teórico, centrado en el tema a realizar, los cuales serán conceptos generales de oferta, demanda, el estudio de factibilidad, técnico financiero y sus componentes.

En el capítulo II se encontrará la metodología que se va a utilizar en la investigación, de la misma manera se hará el cálculo de la muestra de la población para poder aplicar las encuestas que serán analizadas para el estudio.

En el capítulo III se encuentra la propuesta del proyecto, en el cual se encuentra del establecimiento, estudio de mercado como es la oferta y la demanda, estudio técnico la macro localización, micro localización, infraestructura y el estudio financiero en el cual esta los estados financieros. Los cuales son necesarios para poner la marcha la propuesta del proyecto.

Finalmente se encuentra las conclusiones y las recomendaciones del proyecto de investigación con el objetivo de dar apoyo a la creación del restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Planteamiento del Problema

Ecuador es un país con una gran riqueza gastronómica, sus platos son auténticos, variados y también son producto de mestizajes durante años en la historia. En la actualidad, la industria de restaurantes ha crecido notablemente a través del tiempo a nivel nacional, que ofrece no sólo la comida típica del Ecuador, sino también se ha optado por una combinación de sabores que son internacionales que satisfacen los gustos y las necesidades de los consumidores, como también es la comida rápida.

Riobamba está conformada por una población aproximada de 264048 según INEC. En la cual, existen restaurantes de comida rápida, pero se ha visualizado que algunas de ellas ofrecen productos de baja calidad y el servicio que ofrecen es deficiente.

Los restaurantes que venden alimentos como salchipapas, hamburguesas, papi carnes, papi huevos, hot dogs, bebidas entre otros productos, se encuentran en lugares céntricos y en las calles principales de la ciudad.

Este proyecto se ubicará en un punto estratégico dentro de la ciudad de Riobamba que es la parroquia Veloz. La idea de la creación de un restaurante de comida rápida, surge de la necesidad básica de alimentación ya que en la parroquia Veloz específicamente en el barrio Sixto Duran Ballén no hay un restaurante que oferte este tipo de comida.

Las tiendas y puestos pequeños de comida que existen en el sector no atienden en las horas de la noche. De la misma forma se ha visto que los consumidores, en su mayoría los estudiantes de los colegios: Hispanoamericano, el Instituto Tecnológico Superior Harvard Comput, necesitan economizar el tiempo y dinero.

Además, en el barrio existe la parada de buses colectivos línea 13, en la cual hay una gran movilidad de personas, también se encuentra una variedad de locales comerciales cuyos clientes necesitan alimentarse al momento de salir del trabajo.

La implementación del restaurante permitirá no solo satisfacer una demanda, sino también, de mejorar la condición socio-económica de la localidad y ciudad. Por esta razón este proyecto pretende investigar los elementos necesarios para crear un restaurante de comida rápida, con el fin de solucionar uno de los más grandes inconvenientes que presenta la zona, la escasez de establecimientos que ofrecen alimentos de una forma rápida.

1.2. Formulación del Problema

¿Cuál es la incidencia de estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba año 2021, en la satisfacción de las necesidades alimenticias de la población y la generación de fuentes de trabajo?

1.3. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que sustentan un estudio de factibilidad?
- ¿Existe demanda Insatisfecha en el consumo de comida rápida en la ciudad de Riobamba?
- ¿Cuál es la factibilidad comercial, técnica, administrativa legal y financiera para la implementación del proyecto de factibilidad de la creación del restaurante de comida rápida?

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba año 2021, que permita satisfacer la necesidad alimenticia de la población y la generación de fuentes de trabajo.

1.4.2. Específicos

- Elaborar un marco teórico referencial para sustentar el presente trabajo de investigación.
- Analizar la situación actual a través de un estudio de mercado que permita el establecimiento la demanda insatisfecha.
- Desarrollar el estudio administrativo, técnico, financiero para estructurar el emprendimiento.
- Realizar la evaluación económica financiera a través del cálculo de los indicadores financieros del restaurante de comida rápida que permita determinar su viabilidad.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación teórica

En el presente trabajo de investigación se encuentra establecida a través de fuentes bibliográficas de sitios web, libros, artículos académicos, esto con el fin de sustentarse en las bases teóricas, el

cual permite facilitar el cumplimiento del estudio de proyecto de factibilidad, de la misma manera se ha visto su importancia ya que esto permitirá tener conocimiento y a la vez obtener datos confiables que sirva para determinar el resultado del estudio.

1.5.2. Justificación Metodológica

La investigación se fundamenta en la aplicación de métodos como el histórico-lógico, inductivo y deductivo lo cual nos permitirá analizar las áreas muy importantes con el propósito de destacar los aspectos fundamentales, para así identificar los problemas existentes en el barrio, con el fin de conocer a profundidad las ventajas y desventajas que puede producir al momento de realizar el estudio de factibilidad en ese sector, también las técnicas e instrumentos para la recopilación de datos, en este caso la aplicación de encuestas la misma que permite obtener información de primera mano ya que se lo aplicara a los pobladores de Riobamba, el cual es el lugar estratégico para realizar el estudio. Al determinar los procesos metodológicos permite conocer los códigos de comportamiento de los clientes potenciales de la comida rápida, favoreciendo a un estudio de factibilidad de la creación de un restaurante de comida rápida efectiva, eficaz y eficiente.

1.5.3. Justificación práctica.

Esta investigación se realizará mediante el estudio de factibilidad de la creación de un restaurante de comida rápida, el cual tiene como finalidad satisfacer la necesidad de alimentarse para los habitantes de Riobamba, se realiza de forma directa ya que el restaurante tiene como objetivo brindar sus productos y servicios de buena calidad, para que el cliente se sienta satisfecho y a la vez pueda ahorrar el tiempo y dinero. También este proyecto puede brindar fuentes de trabajo. Este restaurante brindara sus servicios hasta altas horas de la noche, cubriendo con esto las necesidades de las personas que a esta hora están activos en el sector.

1.6. Antecedentes de la investigación

Título: “Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Tulcán”

Autor: Mayra Viviana Cárdenas Ger

Universidad: Universidad central del Ecuador

Resumen: El proyecto investigativo da su inicio con un estudio de mercado que realizo en Tulcán, en la cual se ha tomado en cuenta a personas de 15 a 65 años de edad los mismo que suelen consumir comida rápida en la ciudad, cabe mencionar también que se ha identificado una

demanda insatisfecha significativa. Este trabajo con el tema creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Tulcán, está compuesta de estudio técnico donde se detalla el funcionamiento de la empresa mediante la ingeniería del proyecto y la inversión requerida para la misma. Además, hace referencia a la evaluación del estudio financiero, tomando los indicadores financieros de las instalaciones realizadas del negocio de comida rápida (GER, 2016, pág. 23).

Título: “Estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida típica de la serranía ecuatoriana en el centro turístico Achik Ñan, de la comunidad Chimborazo, parroquia San Juan, cantón Riobamba, 2017”.

Autor: Enma Elisa Sisa Socay

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Resumen: El presente trabajo investigativo se trata de realizar un trabajo de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica de la serranía ecuatoriana en el Centro Turístico Achik Ñan en la comunidad de Chimborazo, parroquia San Juan, cantón Riobamba, donde se hizo uso de metodología como la descriptiva la cual se basa en la investigación de campo y bibliografía para obtener la información. La encuesta se realizó a los turistas nacionales y extranjeros obteniendo resultados positivos para la implementación del negocio de comida típica con productos del sector. En la elaboración de este trabajo se llevó a cabo los estudios de mercado donde se obtuvo una demanda insatisfecha, estudio administrativo, técnico, legal y ambiental donde se especifica todo lo que se necesita para llevar a cabo el proyecto, en el estudio financiero existe la inversión inicial de \$ 19.162,74, con un préstamo \$12.909,85, una materia prima \$20.211,57, indicadores como VAN positivo \$ 23.846,14, y TIR con el porcentaje 42,94%, Periodo De Recuperación de la Inversión entre el segundo año \$18.082, en el punto de Punto de Equilibrio 4,436 preparaciones y la Relación Beneficio Costo \$1,62, mediante los estudios mencionados anteriormente se ha llegado a la conclusión que el proyecto es viable con una rentabilidad apropiada. En cuanto al estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha significativa en ese sector, y también tiene un porcentaje de aceptabilidad por parte de turistas extranjeros y nacionales del 90%. Finalmente se recomienda que es necesario ser creativos todo el tiempo y ofrecer productos de calidad para cubrir la demanda insatisfecha cubriendo las necesidades y exigencias de los turistas nacionales y extranjeros (Sisa, 2017, pág. 12).

Título: “Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica del cantón guano, en la parroquia de San Gerardo, 2018”

Autor: Diana Ximena Barona López

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Resumen: Este trabajo de investigación tenía como objetivo hacer el estudio de factibilidad para crear un restaurante de comida rápida del cantón Guano en la parroquia de San Gerardo, en la

cual se aplicó las encuestas a la población, donde se pudo determinar la cantidad de la muestra, identificando la demanda insatisfecha con un porcentaje de 91%.

En este caso se llevó a cabo la investigación no experimental a través del estudio descriptivo el cual permitió poner el objetivo de estudio, el mismo que permitió recolectar, analizar y procesar la información. Se hizo un estudio financiero por la cual se pudo determinar algunos términos importantes como inversión inicial es de \$20572,15 con el TIR de 36% un VAN de \$16294,73 y una relación costo beneficio de \$1.63, del mismo modo el periodo de recuperación es de 2 años, 4 meses. Finalmente se puede concluir que mediante los estudios financieros se determinó que el proyecto es factible, además tiene rentabilidad, por el cual se puede hacer de manera segura la implementación. Se hace la recomendación de crear el restaurante con la finalidad de satisfacer las necesidades de alimentación también es importante ser creativos, tener una buena presentación, tener una buena higiene, y brindar la mejor calidad de productos para obtener excelentes resultados esperados (López, 2018, pág. 20).

1.7. Marco teórico

1.7.1. Que es un estudio de Factibilidad

El proyecto de factibilidad proviene del latín “proiectus” en el cual “pro” hace referencia hacia el futuro o hacia adelante y el prefijo “iectus” que es pasado participio de lacere, que significa lanzar. Llegando a la conclusión que se trata de lanzarse hacia adelante o al futuro, conocida también como llegar a la meta a veces no necesariamente con un plan estratégico, propósitos, objetivos etc., como se le conoce actualmente (Arévalo, 2018, pág. 48).

1.7.1.1. Objetivos de un estudio de factibilidad

- Poder reducir los errores y tener mayor precisión en los procesos.
- Reducir los costos mediante la optimización o también con la eliminación de los recursos que no necesarios en el proceso.
- Integrar todas las áreas y subsistemas de la organización.
- Mejorar y actualizar los servicios a clientes o usuarios de la organización.
- Realizar un plan de comercialización y producción.
- Acelerar la recolección de datos.
- Reducir el tiempo en el proceso y la realización de tareas.
- Automatizar de forma óptima los procedimientos mensuales.
- Tener disponibilidad de recursos que se necesita para desarrollar los objetivos establecidos.

- Conocer la posibilidad de producir con ganancias.
- Saber si la gente aceptara y comprará el producto.
- Determinará si habrá ganancias o pérdidas.
- Determinar si es factible realizar este negocio o buscar otro.
- Empezar un negocio con máxima seguridad de ganancia y el mínimo de riesgos.
- Obtención del máximo de ganancias y beneficios (Argota, 2017, pág. 50).

1.7.1.2. Presentación de un estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es necesario que se presente con todas las ventajas para la empresa, sin descuidar todos los elementos que se necesita para que el proyecto funcione. Para ello dentro de los estudios de factibilidad se encuentra dos pasos en la presentación del estudio los cuales son: (Argota, 2017, pág. 50).

- **Requisitos Óptimos:** Este requisito se refiere a la presentación del estudio con los requisitos óptimos que el proyecto lo necesita, estos elementos deberán ser requeridos para que los resultados y las actividades del proyecto se adquiera con la máxima eficacia posible (Argota, 2017, pág. 50).
- **Requisitos Mínimos:** Este requisito se trata de un estudio de requisitos que son mínimos que el proyecto debe tener para alcanzar los objetivos y las metas, Este es aquel que hace uso de los recursos que tiene la empresa para minimizar cualquier gasto adicional (Argota, 2017, pág. 50).

1.7.2. Etapas del proyecto

1.7.2.1. Etapa de Idea

En esta etapa se realiza un diagnóstico para identificar los métodos de llegar a la solución, de la misma manera trata de identificar oportunidades de negocio y determina modelos y estrategias de negocio para implementarlas (Hernández A. H., 2018, pág. 26).

1.7.2.2. Etapa de Reinversión

En esta etapa trata de realizar los diferentes estudios de viabilidad que involucran distintos niveles en cuanto a la calidad y cantidad de la información que se disponible a la hora de tomar las respectivas decisiones (Hernández A. H., 2018, pág. 26).

1.7.2.3. Etapa de perfil

En esta etapa no se utiliza muchos recursos económicos, ya que se realizan cálculos que en primer lugar son globales, pero también los mismos ayudan a identificar si existe alguna razón para abandonar la idea antes de utilizar los recursos económicos, ya que estos pueden perderse. De esta manera da paso a la siguiente etapa como es la de prefactibilidad y factibilidad (Hernández A. H., 2018, pág. 26).

1.7.2.4. Etapa de prefactibilidad

También es llamado “anteproyecto”, esta etapa de estudio se caracteriza por profundizar la información de fuentes secundarias y primarias para la investigación de mercado, de la misma manera explica la tecnología que será utilizada en la misma, los costos totales que tendrá y la rentabilidad económica, ya que es la base para que un inversionista pueda tomar una decisión de invertir o no (Hernández A. H., 2018, pág. 26).

1.7.2.5. Etapa de factibilidad

Esta etapa es un nivel muy profundo y final, ya que contiene toda la información de la etapa de anteproyecto o prefactibilidad, también es necesario, presentarse los contratos ya sea de ventas, planos de la construcción, es decir, toda la documentación real y verídica, el cual, respalde los cálculos realizados en el anteproyecto (Hernández A. H., 2018, pág. 26).

1.7.3. Fases del Proyecto de Factibilidad

1.7.3.1. Estudio de Mercado

El estudio de mercado se refiere a probar que existe suficientes individuos, empresas organizaciones y otras entidades económicas, las cuales presentan una demanda que justifica poner en marcha el determinado programa de producción de bienes o servicios en un determinado tiempo. De la misma manera el estudio debe tener asimismo las normas específicas que se necesita utilizar para llegar hasta esos demandantes” (Sisa, 2017, pág. 19).

1.7.3.2. Consumidor

El Consumidor o usuario final es aquel que adquiere y disfrutará de del producto o servicio brindado por una empresa u organización.

1.7.3.3. Precio

El precio es una determinada cantidad de dinero que una persona está dispuesto a pagar a cambio de recibir un producto o servicio, de la misma manera se trata de un variable que se puede controlar a la medida del producto que se esté vendiendo o también como lo perciba el consumidor (Castañeda, 2019, pág. 6).

1.7.3.4. Proveedores

Un proveedor es aquel que suministra sus productos o servicios para los clientes; el subcontratista, los fabricantes de los productos o servicios a medida. En la actualidad los proveedores son muy necesarios porque crean relaciones de largo plazo; el proveedor pasa de relacionarse desde un proceso transaccional a un proceso orientado a las relaciones de mutua cooperación” (Crear, 2018, pág. 31).

1.7.3.5. Competencia

La competencia se trata de un conjunto de personas o establecimientos, los mismos se dedican a satisfacer las mismas necesidades de los clientes con productos y servicios esto permite desarrollar acciones efectivas en un determinado ámbito (López Gómez, 2016, pág. 22)

1.7.3.6. Demanda

La Demanda es una determinada cantidad de un bien o servicio que las personas desearían comprar esto es denomino “demanda” por ese bien o servicio. Además, la demanda es un flujo, ya que se interesa no sola en una compra aislada, sino, también en el flujo continuo de compras que se realicen (Hernández A. H., 2018, pág. 30).

1.7.3.7. Oferta

la demanda del mercado es hace referencia a aquel que estudia el comportamiento de los consumidos o compradores, por la cual la oferta corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, de las mismas empresas que venden los productos y/o servicios (Hernández A. H., 2018, pág. 30).

1.7.4. Estudio técnico

Un estudio técnico es considerado fundamental en un proyecto de inversión, porque se trata de estudiar la localización, como el tamaño óptimo de las instalaciones; planteando todos los factores que influyen para un mejor desarrollo del proyecto, en estas se toma en cuenta los agentes que intervienen en la compra de equipos y maquinarias, así como asignar fechas de compra de estas, también se toma en cuenta los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, además, métodos para la localización, y los métodos de distribución, finalmente, se examinan aquellos procesos de producción para el proyecto de inversión (Ruíz, 2017, pág. 181).

1.7.4.1. Tamaño del proyecto.

El tamaño de proyecto es aquella capacidad de producción que tiene un proyecto durante el período que esté funcionando, dependiendo de su naturaleza se estima por día, semana, mes o año. Es importante porque trata de evaluar y conocer los costos, la inversión y la rentabilidad que generaría el negocio. Se refiere también que se debe evaluar la oportunidad de la capacidad de producción que en un futuro se podrá utilizar a medida que vaya aumentando la demanda (Israel, 2018, pág. 50).

1.7.4.2. Localización del proyecto

Localización del proyecto trata de conocer o buscar la disponibilidad de un terreno, de una forma de asignación de la demanda, también trata del acceso a los medios de transporte y de los proveedores, buscar otras industrias con las cuales se pueda generar sinergias de trabajo, como también las disposiciones legales de la región y condiciones de vida (Israel, 2018, pág. 50).

1.7.4.3. Ingeniería del Proyecto

Ingeniería de proyecto aquí se pretende describir la forma de instalar y las actividades de la planta, se debe buscarla función para la producción que permita optimizar la utilización de los recursos disponibles para la elaboración del bien o prestación de servicio. La tecnología es el principal factor que influye en una evaluación de alternativas porque de esto depende la técnica y el proceso de producción. Depende también de las particularidades del producto, de la materia prima, de los factores legales y recursos económicos que se utiliza en el tipo de producción, el cual puede ser en serie de escala, o por pedido, se identificara de todo esto los costos de producción, inversiones y rentabilidad (Israel, 2018, pág. 50).

1.7.5. Estudio financiero

Un estudio financiero es aquella que ordena y sistematiza la información monetaria el cual proporciona las etapas anteriores, se encarga de realizar cuadros analíticos y datos adicionales para realizar la evaluación del proyecto y estudiar los antecedentes que permita determinar la rentabilidad. Por lo tanto, en esta etapa aún no se ha logrado tener toda la información necesaria para realizar una evaluación, entonces, es necesario definir todos los elementos que debe suministrar. Generalmente se trata del cálculo del monto que se debe invertir en capital de trabajo, conocido también como la tasa de descuento del proyecto o valores de desecho (Hernández A. H., 2018, pág. 26).

1.7.5.1. Inversión inicial

La inversión inicial es el valor de todos los bienes que se necesitan para iniciar el proyecto como pueden ser equipos, terrenos, infraestructura, materiales, maquinaria incluyendo si se necesita contar con asesoría externa (Israel, 2018, pág. 52).

1.7.5.2. Costos de producción

El costo de producción son los costos que se necesita para producir, fabricar y entregar el bien o servicio al usuario o consumidor final. También interviene los costos directos e indirectos a la creación del bien o del servicio los cuales son, pago de mano de obra, la materia prima, alquiler de localidad, servicios básicos, impuestos etc (Israel, 2018, pág. 53).

1.7.5.3. Capital de trabajo

Corresponde a la cantidad de dinero en efectivo que se necesita para que el proyecto pueda funcionar (Israel, 2018, pág. 53).

1.7.5.4. Costo de capital

El capital de trabajo es la cantidad de valor que se necesita para financiar el proyecto, el cual depende tanto de las fuentes y el porcentaje de la participación de los inversionistas (Israel, 2018, pág. 53).

1.7.5.5. Flujo de efectivo

El flujo de efectivo se da inicio con la proyección de ventas el cual considera el precio de venta del bien o servicio y también cantidades de los mismos que están por venderse, tomando en cuenta el estudio de mercado; además, interviene los costos de producción, administrativos y la depreciación de las adquisiciones, estos permiten deducir la rentabilidad del proyecto (Israel, 2018, pág. 53).

1.7.5.6. Rentabilidad del proyecto

La rentabilidad del proyecto se puede concluir con las técnicas de evaluación financiera que son valor actual neto (VAN), y la tasa interna de retorno (TIR) (Israel, 2018, pág. 53).

1.7.5.7. Escenarios

Los escenarios son donde se realizan las proyecciones del flujo de efectivo de las mismas existen tres escenarios, que son la normal, la pesimista y la optimista, los cuales dependen en gran manera del estudio de mercado y las posibilidades de accionar de la competencia, además se considera las variables económicas como es la inflación, los aspectos legales o reglamentarios del país (Israel, 2018, pág. 53).

1.7.6. Estudio administrativo

Estudio Administrativo define al estudio administrativo, es la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación. Para la fase de ejecución se hace necesario diseñar una estructura organizativa dentro de la empresa que le permita administrar el proceso de contratación, compras, adquisiciones, etc., (Ruíz, 2017, pág. 182).

1.7.6.1. Organigrama

El grafico que representa la estructura formal de una agrupacion recibe la denominacion de organigrama, en el cual se vizualizan las lineas de autoridad, de responsabilidad, los diferentes cargos, las unidades departamentales, las relaciones de comunicación, tanto horizontales como verticales, ademas. Si es una estructura plana o una estructura alta (Chuquiungo, 2015, pág. 4).

1.7.6.2. Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo es la representación gráfica de un proceso y cada actividad que existe dentro del proceso es representado por un símbolo, el cual cada uno tiene su propio significado (Yacelga, 2016, pág. 11).

1.7.6.3. Direccionamiento estratégico.

La dirección estratégica es donde se establece la misión, visión, estrategias, valores, objetivos y políticas de convivencia en un entorno laboral (Ruíz, 2017, pág. 181).

1.7.7. Estudio legal.

El estudio legal es aquella encargada de analizar y buscar los costos asociados a las relaciones con los proveedores, arrendatarios y trabajadores, como también las relaciones externas, ya sean con instituciones, marcos reguladores, fiscalizadores, entidades gubernamentales los significan desembolsos monetarios los cuales serán considerados en los flujos de caja (Hernández A. H., 2018, pág. 33).

1.7.8. Satisfacer necesidades

La satisfacción de las necesidades del cliente supone costos del estudio de mercado, aunque es necesario una reducción de la rentabilidad. La satisfacción del cliente resulta ser no directamente proporcional por los costos ocasionado por ella, sino que es una función del valor que es percibido por el cliente (Tavira, 2015, pág. 322).

1.7.9. Origen de Comida Rápida

Todo empezó con la hamburguesa de 15 centavos. En 1948, los hermanos ya gestionaban un exitoso restaurante "drive-in" en San Bernardino, una localidad que en aquel entonces tenía una población mayoritariamente de clase obrera. El negocio iba bien, pero los hermanos McDonald pensaron que podría ir aún mejor. Así, decidieron renunciar a las camareras que acercaban la comida a los vehículos de sus clientes y reformaron la cocina hasta convertirla en una especie de escaparate de platos precocinados con autoservicio, que se vendían al otro lado del mostrador. Había nacido el concepto "fast food" (comida rápida) que revolucionaría el mercado de la restauración (Geographic, 2018, pág. 12).

1.7.10. Historia del restaurante

La palabra restaurante se deriva de la palabra francesa “restaurant”, que significa “restaurar” y se refiere, según algunos, a un caldo hecho a base de carne y variados condimentos que servía en algunas hosterías de la época, el cual se decía tenía la propiedad de vigorizar al consumidor del mismo, particularmente a aquellos trasnochadores que habían pasado una noche agitada. A estos establecimientos se les comenzó a llamar restaurantes. Sin embargo, existe la versión de que el primer restaurante francés fue que se inauguró en París en 1765, propiedad de un mesonero de apellido Boulanger, quien puso a la entrada un letrero en latín el cual decía: Venite ad me omnes qui atomacho laboratis et ego restaurabo vas, que quiere decir “Vosotros todos los que tenéis el estómago débil venid a mi casa que yo os restauraré” (Ocampo, 2018, pág. 4).

1.7.11. Restaurante

Es un establecimiento comercial, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina. (Española, 2015, pág. 53).

1.7.11.1. Tipos de Restaurante

- **Restaurante Gourmet**

En estos establecimientos, el servicio que se ofrece dentro del comedor, teniendo los estándares más altos. El menú consta de una gran variedad de platillos a elección del cliente y se preparan en el momento, por lo que todos los alimentos pueden considerarse como frescos (Barona, 2018, pág. 3).

- **Restaurante de Especialidades**

Este tipo de restaurantes ofrece una amplia variedad de platillos, teniendo uno o más como especialidad de la casa. Dentro de este tipo de restaurantes pueden encontrarse los que son de mariscos, aves, carnes, pastas u otras especialidades. Cabe mencionar que este tipo de restaurantes no son de tipo étnico, es decir, los que ofrecen lo más sobresaliente de la gastronomía de la cultura de algún país (Barona, 2018, pág. 3).

- **Restaurante Familiar**

En este tipo de restaurantes el precio de los productos o platillos no es muy alto, siendo accesible para todo el público. Su característica principal es que el servicio ya está estandarizado. Por lo general estos establecimientos son de cadena, franquicia, existiendo la posibilidad de que sean manejados por los mismos dueños o su familia (Barona, 2018, pág. 3).

- **Restaurante Conveniente**

Estos establecimientos también son conocidos como restaurantes de servicio limitado, ya que el servicio que ofrecen es rápido y el precio suele ser económico. Una de las características principales de estos lugares es la limpieza, con la cual se logra obtener la confianza y preferencia por parte de sus clientes, dando pauta a la generación de lealtad a la marca y clientes frecuentes (Barona, 2018, pág. 3).

1.7.11.2. Clasificación por la Variedad del Servicio

- **Restaurantes de Autoservicio**

Usualmente se encuentran ubicados en centros comerciales o lugares concurridos como ferias y aeropuertos; la variedad de platillos es limitada y tienen poco personal (Barona, 2018, pág. 4).

- **Restaurantes de Menú y a la Carta**

Los precios son moderados y los clientes tienen la opción de elegir un platillo dependiendo su gusto y presupuesto; estos a su vez pueden ser de lujo (comida internacional, servicio francés y carta de vinos), de primera y tipo medio (comida internacional o nacional, con servicio americano) y de tipo económico (Barona, 2018, pág. 5).

- **Cafeterías, Drive-In, Restorrotas y Similares**

La comida es sencilla, rápida y los precios son muy accesibles; el servicio es casual y no poseen mucho personal (Barona, 2018, pág. 5).

1.7.12. Servicio

Los servicios son todas las actividades intangibles que son el objeto de un intercambio entre el prestador de servicios y el cliente, cuya finalidad es brindar la satisfacción de las necesidades de los mismos (Barona, 2018, pág. 5).

1.7.12.1. Calidad de Servicio

La calidad del servicio depende de la flexibilización del servicio ante las necesidades y exigencias de los clientes, la espontaneidad, y las respuestas a clientes difíciles depende del personal que labora en las empresas, de su experiencia y desenvolvimiento lo cual es determinante para la satisfacción del cliente (Cardenas, 2016, pág. 20).

1.7.12.2. Servicios de un Restaurante

Una vez identificado qué es un servicio y cuáles son sus características, a continuación, se mencionarán de manera puntual algunas necesidades de servicio que debe tener un restaurante en función de cubrir las necesidades de sus clientes; ya que para que esto suceda, el establecimiento debe de contar con una serie de lineamientos enfocados a la comodidad y satisfacción sus comensales (Barona, 2018, pág. 5).

1.7.13. Menú

En un sistema de alimentación, es el producto primario del subsistema de mercadeo, consta de una lista de alimento y/o platillos que forman parte de una comida. Es el punto de partida de todo servicio alimentario, pues afecta directa e indirectamente todas las actividades, pues en base a él se compran, almacenan y producen los alimentos necesarios para la preparación de los platillos, además de proporcionar lo cuidados sanitarios necesarios. Además, a través de éste se establece el presupuesto y el equipo requerido por el personal (Barona, 2018, pág. 6).

1.7.14. Empleo

El empleo está constituido generalmente por tres condiciones: el primero es el ingreso laboral, el segundo las horas trabajadas y por último el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. Con los criterios ya mencionados, el empleo puede ser adecuado y no (Olmedo, 2018, pág. 11).

1.8. Marco Conceptual

1.8.1. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha son los productos o servicios que están disponibles no está siendo suficiente para satisfacer la demanda de las clientes. Es por eso que es necesario lograr realizar un nuevo producto o también puede mejorar uno que ya existe (Fischer, 2015, pág. 256).

1.8.2. Demanda

La demanda se refiere a la cantidad de bienes y servicios que las personas están dispuestas a comprar o adquirir.

1.8.3. Oferta

La oferta se refiere a la cantidad de productos o servicios que puede ser vendida a los precios establecidos en el mercado para la una persona u organización y también puede ser varios. Por esta razón es que se dice la demanda individual y total (Cardenas, 2016, pág. 20).

1.8.4. Emprendimiento

El emprendimiento se trata de la capacidad que tiene una persona de crear e innovar un proyecto nuevo con una visión, debe ser capaz de asumir cualquier riesgo, con una meta de generar economía, la mayoría de las veces el emprendedor debe generar su negocio con recurso propio y buscar generar ganancias para poder subsistir (Martinez, 2019, pág. 23).

1.8.5. Restaurante

El restaurante es una estructura comercial, el cual se dedica a vender comida y bebida los cuales deben ser consumidas en el mismo local. En la actualidad se han innovado ya que existen nuevas modalidades como la de servicio a domicilio y el tipo de cocina (Española, 2015, pág. 71).

1.8.6. Proyecto

El proyecto se refiere al estudio de simulación, es decir es el proceso de sucesivas, en el cual entra una estructura completa de los que se desea alcanzar, por el cual es importante contar con un

directo para guiar de la manera correcta, de la misma manera debe ser revisado por un grupo multidisciplinario. Es decir, para que inviertan en el mismo (Villagrán, 2019, pág. 7).

1.8.7. Mercado

El mercado es un espacio físico o virtual en el cual se hace el intercambio de bienes y servicios. Por el cual los más importantes que intervienen son los ofertantes y los demandantes (Allaica, 2020, pág. 16).

1.9. Formulación de la hipótesis

La implementación de un restaurante de comida rápida en Riobamba barrio Sixto Durán Ballén logrará satisfacer las necesidades de alimentación de forma rápida y económica, también de un servicio personalizado en un ambiente adecuado, y además contribuye a mejorar la economía de la ciudad.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

2.1.1. Enfoque mixto

En este proyecto tiene un enfoque mixto porque es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos en los resultados de las encuestas realizadas a los consumidores de comida rápida de Riobamba de la misma manera en el estudio financiero los datos son exactos y cualitativos, porque se presenta los beneficios que brinda al crear un restaurante.

2.2. Nivel de Investigación

2.2.1. Investigación Exploratorio

Este tipo de investigación se utiliza con el propósito de describir los aspectos principales, para identificar los problemas existentes en el sector, con el objetivo de conocer a profundidad las necesidades de alimentarse que tiene la población de la ciudad.

2.2.2. Investigación Descriptiva

Esta técnica permitió describir, explicar y predecir la realidad de las cosas positivas o negativas del estudio de factibilidad de la creación del restaurante con el fin de conocer las características importantes para implementación del mismo.

2.3. Diseño de investigación

2.3.1. No experimental

Es un diseño no experimental ya que no se alteró ninguna variable, solo se determinó el problema de la necesidad de alimentarse y se analizará los resultados del estudio de factibilidad.

2.4. Tipo de estudio

2.4.1. Investigación de campo

Es una investigación de campo debido a que se realizó encuestas a la población de la ciudad de Riobamba que prefieren comida rápida.

2.4.2. Investigación documental bibliográfica

Es una investigación documental bibliográfica ya que por medio de libros, revistas, publicaciones e internet se ha logrado sustentar la fundamentación teórica.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población y Muestra

En el presente estudio se analizó la población de la ciudad de Riobamba, con el fin de desarrollar el cálculo del tamaño de la muestra, y de esta manera determinar el número de encuestados para aplicar la técnica de investigación cuantitativa como la encuesta.

2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1. Método Inductivo

Este método se utilizó para obtener conclusiones del análisis de los diferentes puntos que se estudió en la venta de comida rápida en la ciudad de Riobamba, y aplicarlos para el logro del objetivo del mismo.

2.6.2. Método Deductivo

Se utilizó el método deductivo para obtener datos de carácter general y llegar a conclusiones de carácter particular, acerca del estudio de factibilidad.

2.6.3. Método Analítico

Se aplicó este método para conocer diferentes aspectos relacionados con creación de un restaurante y estudio de factibilidad.

2.6.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación

2.6.4.1. Encuesta

- **Cuestionario:** El cuestionario de preguntas que existen de muchos tipos los cuales son preparados sistemáticamente y cuidadosamente, de aspectos y hechos importantes de la investigación, las mismas pueden aplicarse de varias formas, entre las mismas están la de administrar a grupos y también enviar a correos (Muñoz, 2019, pág. 2).

Este instrumento de investigación será tomado en cuenta para recolectar información, por el cual se aplica a las personas que consumen comida rápida en la ciudad de Riobamba.

2.6.4.2. Observación

- **Guía de observación:** La guía de observación se basa en la lista de indicadores los cuales pueden ser como afirmación o preguntas, orientando a observar dentro de un espacio establecido y señalar los aspectos más importantes que se logra observar (Hernández J. A., 2019, pág. 11).

En este caso la guía de observación se la aplica en el área estratégica de la ciudad de Riobamba, el cual es la Parroquia Veloz en el barrio Sixto Duran ya que en el lugar no existe la presencia de un restaurante de comida rápida, por lo tanto, es factible recopilar información mediante esta herramienta.

2.6.5. Muestreo

2.6.5.1. Población

La población que considere para esta investigación fue la población de la ciudad de Riobamba, (unidad administrativa: Chimborazo) - última población conocida es ≈ 234170 (Año 2010). Este fue 0.98% del total población Ecuador. Si la tasa de crecimiento de la población sería igual que en el periodo 2001- 2010 (+1.78%/Año), Riobamba la población en 2020 sería: 264048. Dentro de la cual se considera a las personas de 15 a 30 años de edad dando un resultado de 73734 el cuál es la población objetiva.

2.6.5.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra del presente proyecto de factibilidad se utilizó la fórmula probabilística finita simple, porque ya se conoce la población o el universo del estudio

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

Dónde:

N= Total de la Población 73734

q= Probabilidad de fracaso es de 0,5

Z= Es un valor constante que, si no tiene su valor, se lo toma en relación con el 95% de confianza equivale a 1,96.

e= Margen de error 5%

p = Proporción esperada o éxito (en este caso 50%)

$$n = \frac{73734 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(73734 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)(0,5)}$$

$$n = 383$$

Mediante el cálculo realizado se obtuvo el resultado de la muestra de: 383

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1. Resultados

Mediante las encuestas realizadas se presenta los resultados que han sido obtenidos mediante la recolección de la información, los cuales fueron aplicadas a 383 personas que representan a la muestra del Universo.

Objetivo: Esta encuesta tiene como finalidad de conocer los gustos y preferencias de los consumidores para la de apertura de un restaurante de comida rápida

Dirigido a: Los consumidores de comida rápida de la ciudad de Riobamba de 15 a 50 años de edad

Edad

Tabla 1-3: Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
15-20	120	31%
21-25	142	37%
26-30	121	32%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

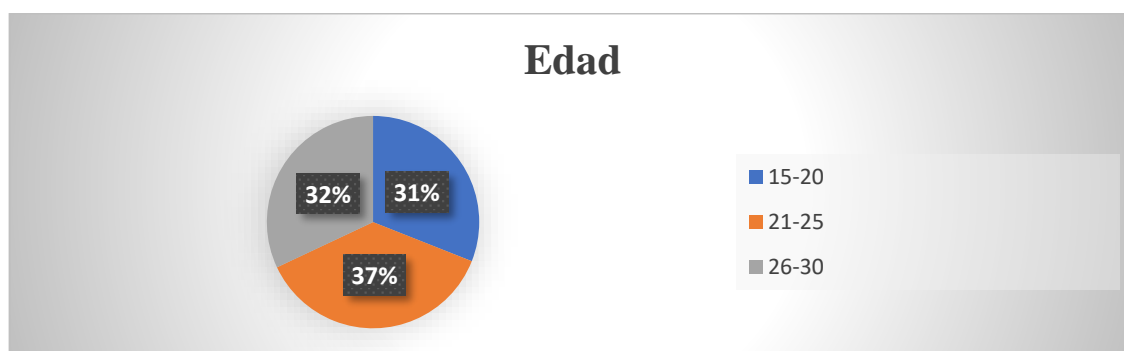


Gráfico 1-3: Edad

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba de 383 personas se ha determinado que el 57% representa que consumen comida rápida son de 21 a 25 años de edad en segundo lugar el

32% que consumen son de 26 a 30 años y en tercer lugar de 31%, de 15 a 20 años. Llegando a la conclusión que hay más personas de 12 a 25 años de edad que consumen comida rápida.

Género

Tabla 2-3: Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	235	61%
Mujer	148	39%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

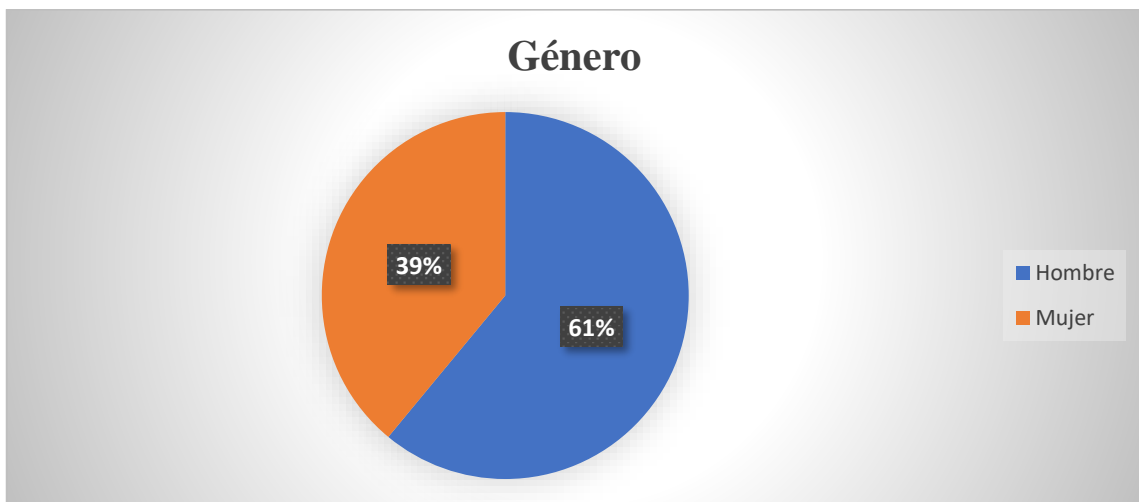


Gráfico 2-3: Género

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba de 383 personas que representan el 100% de la misma, se ha determinado que los hombres son los que consumen más la comida rápida el cual representa el 61%, mientras que las mujeres son el 39% de la población. Mediante estos datos se concluye que fueron más hombres que mujeres los encuestados.

1. ¿Usted consume comida rápida?

Tabla 3-3: Consumo de comida rápida

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	383	100%
NO	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

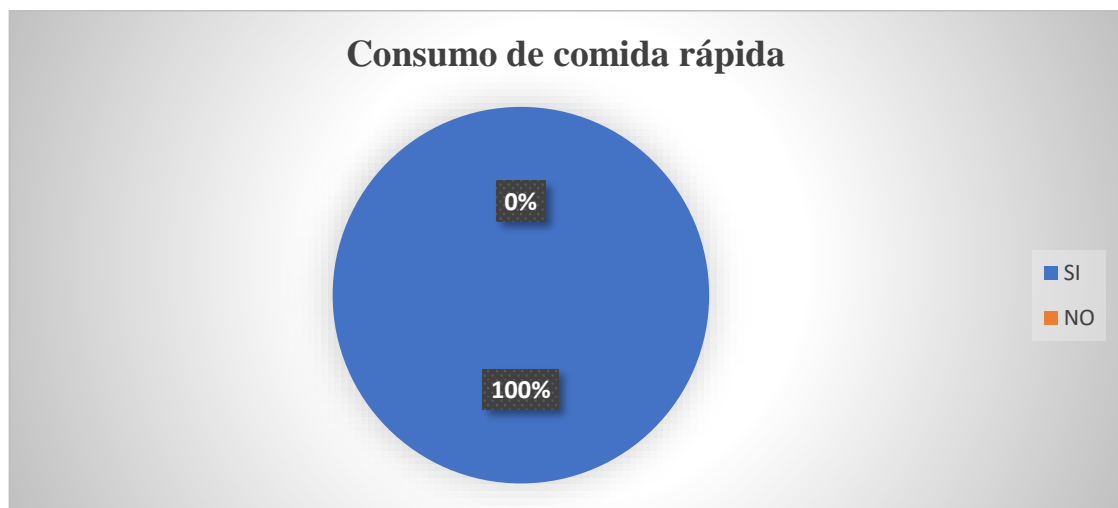


Gráfico 3-3: Consumo de comida rápida

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100% de la misma, se ha determinado que el 100% de las personas encuestadas consumen comida rápida ya que solo se tomó en cuenta a los posibles clientes potenciales para conocer sus gustos y preferencias. Según estos datos se ha llegado a la conclusión que todas las personas encuestadas fueron específicamente los consumidores de comida rápida.

2. ¿Con que frecuencia consume comida rápida

Tabla 4-3: Frecuencia de Consumo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	182	48%
Semanal	151	39%
Mensual	50	13%
Semestral	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

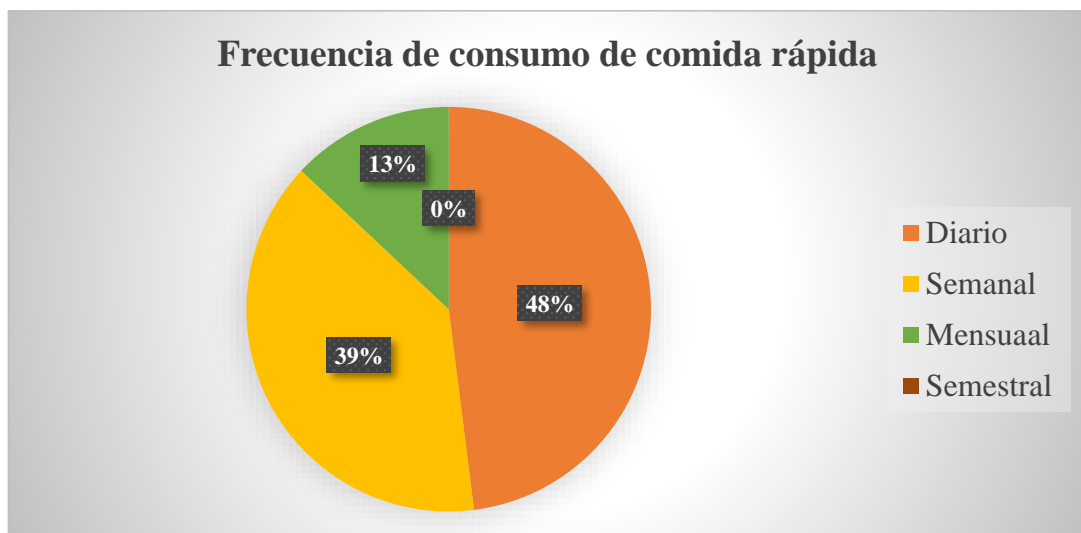


Gráfico 4-3: Frecuencia de consumo

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100% de la misma, se determina que el 48% de las personas consumen comida rápida diario, seguido del 39% que consumen de forma semanal y por último 13% que consumen mensualmente. Por el cual se llega a la conclusión de que las personas posiblemente sean clientes activos del restaurante.

3. ¿En qué se fija usted al momento de comprar la comida rápida?

Tabla 5-3: Factor que toma en cuenta para comprar

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Marca	13	3%
Precio	60	16%
Calidad	215	56%
Atención al cliente	44	11%
Ubicación	51	14%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

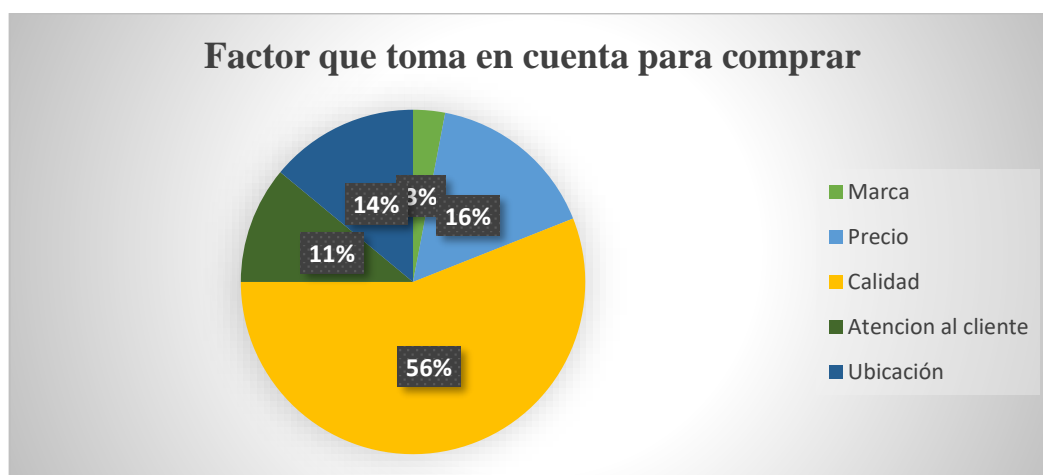


Gráfico 5-3: Factor que toma en cuenta para comprar

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100% de la misma, se ha determinado que el 56% de las personas se fijan en la calidad del producto al momento de realizar una compra, en segundo lugar, se fijan en el precio y el 14% se fija en la ubicación del restaurante donde van adquirir la comida rápida. Por el cual se llega a la conclusión que es muy importante ofrecer un producto de buena calidad a precios accesibles y que se encuentre ubicado de manera estratégico.

4. ¿Cuáles son productos de comida rápida que usualmente usted adquiere? (Seleccione las que usted considere necesarias)

Tabla 6-3: Productos que usualmente adquiere

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Salchipapas	305	29%
Hamburguesa	279	26%
Papi carne	120	11%
Papi pollo	230	22%
Papi huevo	99	9%
Hot dogs	34	3%
TOTAL	1067	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

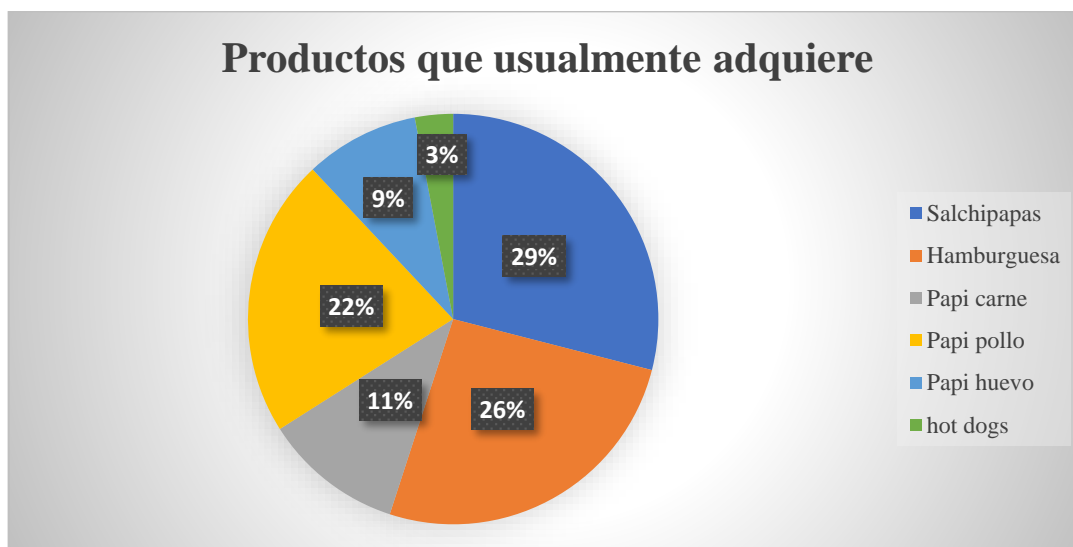


Gráfico 6-3: Productos que usualmente adquiere

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100%, se ha determinado que los productos que usualmente adquieren son en primer lugar el 29% salchipapas, seguido del 26% hamburguesas, en tercer lugar, papi pollo en cuatro lugares el papi carne. Se llega a la conclusión que estos 4 son los productos que principalmente debe ofrecer el restaurante.

5. Seleccione un presupuesto estimado para el consumo en un restaurante de comida rápida

Tabla 7-3: Presupuesto estimado de consumo

	\$2,00-\$6,00		\$7,00-\$11,00		\$12,00-\$16,00	
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	158	41%	29	8%	2	0.5%
Semanalmente	46	12%	78	20%	22	6,5%
Quincenalmente	0	0%	0	0%	0	0%
Mensualmente	23	6%	21	5%	4	1%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

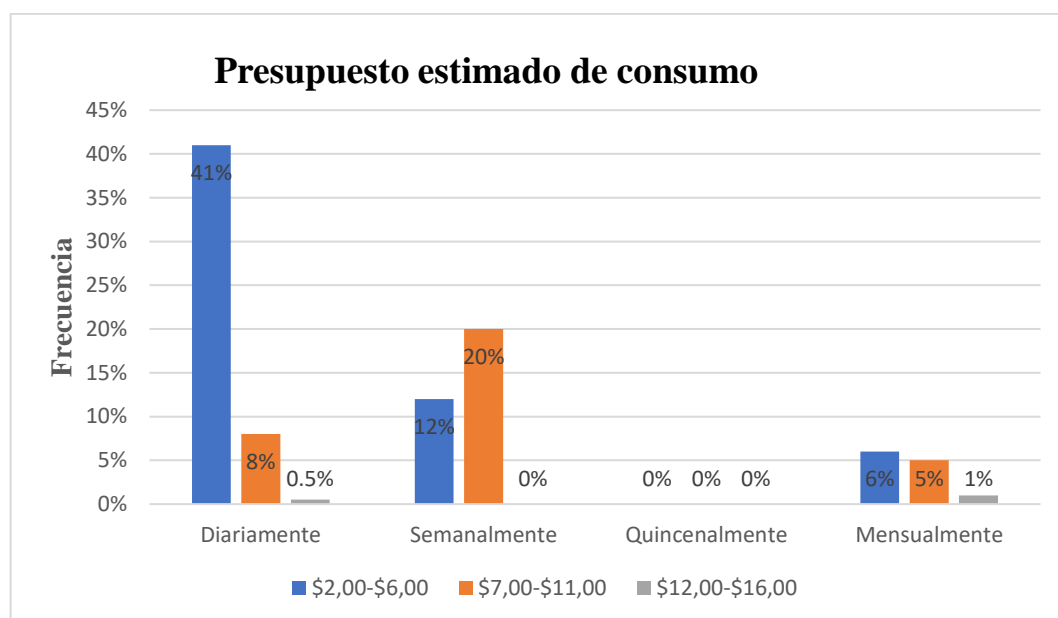


Gráfico 7-5: Presupuesto estimado de consumo

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100%, se ha determinado que el 41% de las personas gastan un presupuesto de \$2,00 a \$6,00 diariamente, en segundo lugar, semanalmente se encuentra con el 20% un presupuesto de \$7,00 a 11,00% y en tercer lugar semanalmente el 12% de \$7,00 a 11,00%. Llegando a la conclusión que la mayoría de las personas encuestadas consumen comida rápida diariamente y gastan de 2 a 6 dólares.

6. ¿Cuál es el método mediante el cual realiza sus compras?

Tabla 8-6: Método de compra

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Física	342	89%
Virtual	41	11%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

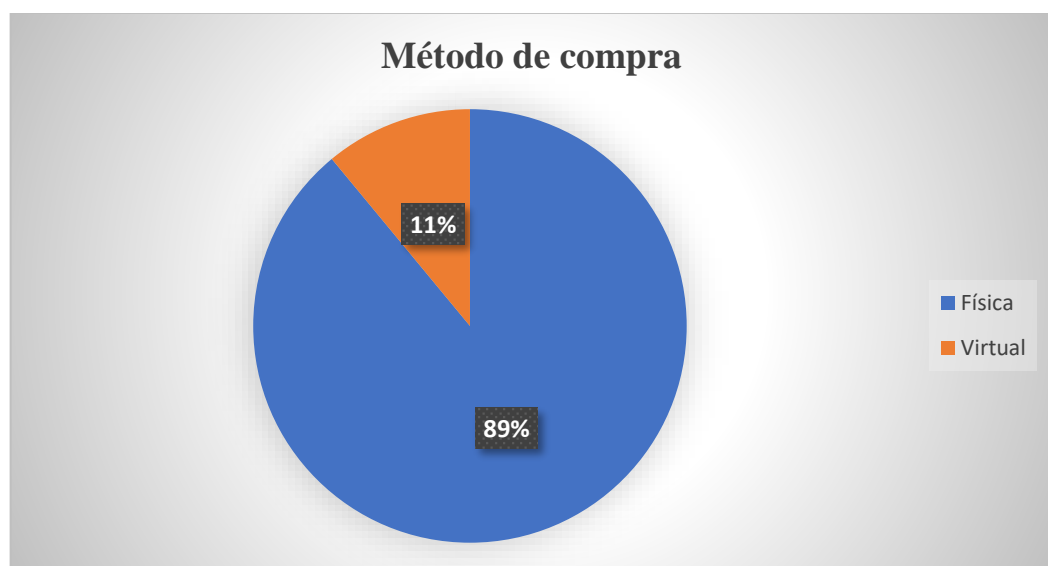


Gráfico 8-3: Método de compra

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100%, se ha determinado que el 89% de las personas realizan sus compras de forma física y mientras que el 11% lo realizan virtualmente. Se concluye que la mayor parte de los clientes prefieren hacer sus pagos de forma física.

7. ¿Cuál es el método mediante el cual realiza su pago por la comida rápida?

Tabla 9-3: Método de pago

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	352	92%
Tarjeta de crédito	25	7%
Transferencia bancaria	0	0%
Tarjeta de débito	6	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

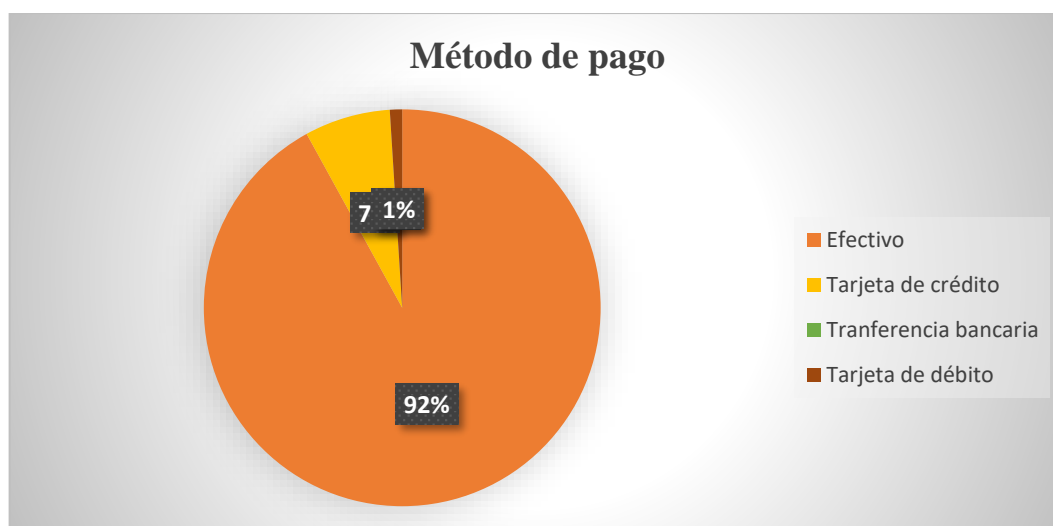


Gráfico 9-3: Método de pago

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100%, se ha determinado que el 92% de las personas realizan sus pagos por el consumo de comida rápida mediante el efectivo, mientras que el 7% lo realiza mediante la tarjeta de crédito y solo el 1% mediante la transferencia bancaria. Se concluye que los comensales prefieren hacer sus pagos de forma física en efectivo.

8. ¿Qué valor agregado le gustaría que ofrezca este restaurante de comida rápida?

Tabla 10-3: Valor agregado que prefiere

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Promociones y ofertas	285	74%
Variedad de productos	73	19%
Servicio a domicilio	25	7%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

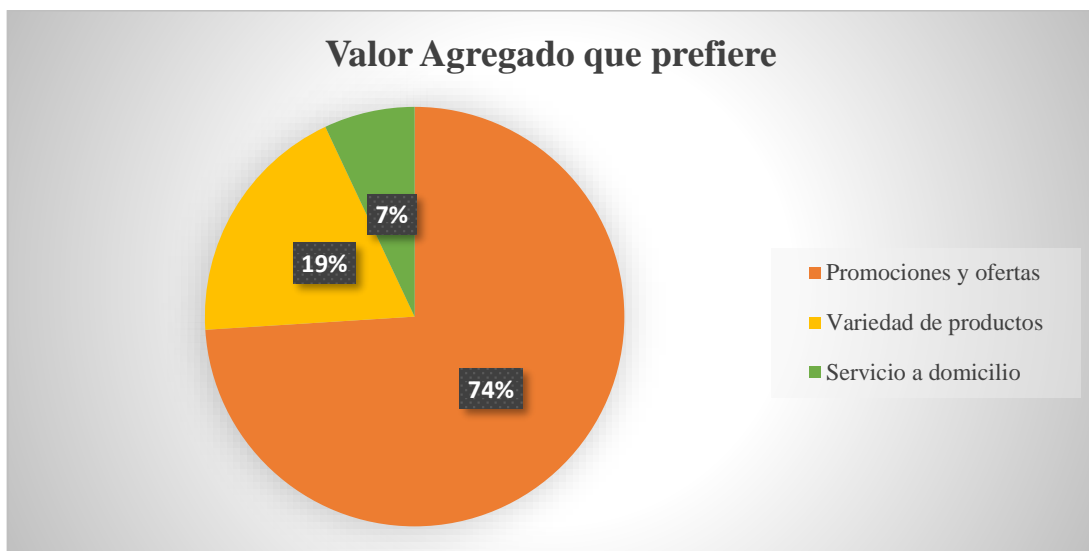


Gráfico 10-3: Valor agregado que prefiere

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100%, se ha determinado que las personas manifiestan que les gustaría que ofrezca como valor agregado las promociones y ofertas el cual representa el 74%, seguido de 19% el cual es la variedad de productos y el 7% prefieren el servicio a domicilio. Según los datos anteriores se ha llegado a la conclusión que los consumidores prefieren que se de como valor agregado las promociones y ofertas.

9. ¿En qué medio de comunicación le gustaría recibir información acerca del restaurante?

Tabla 11-9: Información en medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	341	89%
Radio	2	0.20%
Televisión	40	10.44%
Otros	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

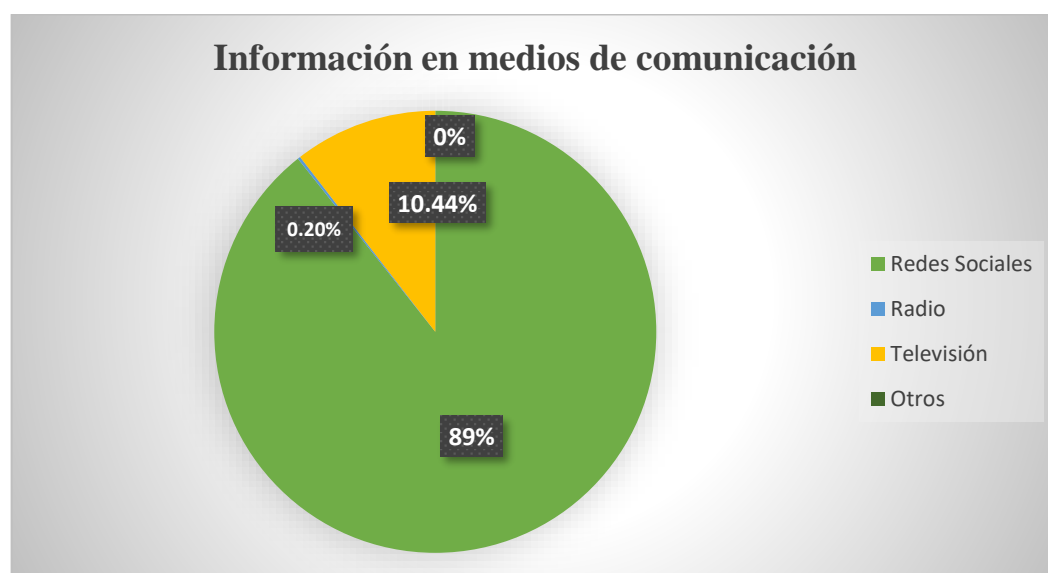


Gráfico 11-3: Información en medios de comunicación

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100%, se ha determinado que las personas prefieren recibir información acerca del restaurante de comida rápida mediante las redes sociales el cual representa el 89% de ellas, mientras que el 10,44% lo prefieren por la televisión, Se concluye que es más factible llegar a las personas mediante las redes sociales.

10. ¿En dónde compra usted la comida rápida?

Tabla 12-3: Lugar donde adquiere comida rápida

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Paseo Shopping	35	9%
KFC	65	17%
Corcel Negro	85	23%
Bellavista Burger	64	16%
En su barrio	134	35%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: J Chávez, J. 2021.

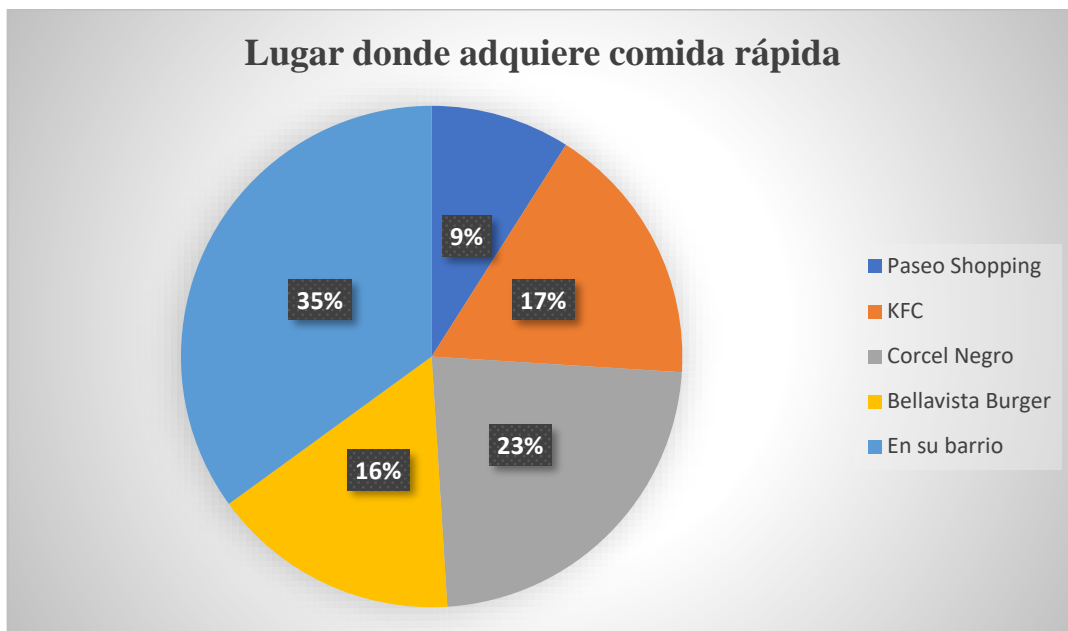


Gráfico 12-3: Lugar donde adquiere comida rápida

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100%, se ha determinado que el 35% de las personas compra comida rápida en el barrio Sixto Durán en los carritos de comida que se encuentra en la calle, en segundo lugar, el 23% adquiere en Corcel Negro y el 17% en KFC. Se concluye que la mayoría de las personas prefieren comprar en el barrio por ahorrar ir al centro para adquirir la comida.

11. ¿Usted consumiría comida rápida en un restaurante ubicado por Sixto Durán Ballén?

Tabla 13-3: Consumo de comida rápida en Sixto Duran Ballén

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	366	96%
No	17	4%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población de Riobamba.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.



Gráfico 13-3: Consumo de comida rápida en Sixto Duran Ballén

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizada a la población de Riobamba a 383 personas que representa el 100%, se ha determinado que el 96% de las personas encuestadas les gustaría comprar comida rápida en el restaurante ubicado en el barrio Sixto Durán ya que la encuesta la mayor parte fue realizada en dicho barrio y solo el 4% no están interesados por que fue realizada en otras partes de la ciudad. Se concluye que si hay una buena acogida por parte de los comensales potenciales.

3.1.1. Comprobación de Hipótesis

Según los resultados de las encuestas realizadas se determinó que con la implementación del restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba en el barrio Sixto Durán Ballén si va a satisfacer las necesidades de alimentarse de una manera rápida y económica adicionalmente con un buen servicio, de la misma manera se brindara fuente de trabajo a los habitantes fomentando la economía de la ciudad. El restaurante ofertara a sus clientes alimentos como salchipapas, hamburguesas, papi pollo papi carnes, papi huevos, hot dogs, bebidas, entre otros productos, los cuales serán de buena calidad.

3.2. Idea a Defender

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba año 2021, que permita satisfacer la necesidad alimenticia de la población y la generación de fuentes de trabajo.

Variable Independiente

Proyecto de factibilidad

Variables dependientes

Satisfacer la necesidad alimenticia de la población

3.3. Propuesta

3.3.1. Titulo

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba año 2021.

3.4. Contenido de la Propuesta

3.4.1. Misión

El restaurante de comida rápida ofrece productos y servicio de una excelente calidad con una muy buena atención e higiene, cuenta con las mejores preparaciones en cuanto a la comida rápida de la ciudad, de esta manera logra satisfacer las necesidades de los consumidores.

3.4.2. *Visión*

Ser un restaurante líder en la producción de la comida rápida de la ciudad de Riobamba con un excelente servicio y calidad en brindar nuestros productos, además ofrecer innovación en el producto, para lograr la preferencia y la consolidación de nuestros clientes en los próximos 5 años.

3.4.3. *Objetivos estratégicos*

- Aplicar normas de higiene y sanitación al momento de elaborar el producto.
- Realizar la aplicación de las técnicas y métodos para la elaboración de nuestros productos.
- Realizar la desinfección y la limpieza adecuada de todas las áreas del restaurante.
- Durante la estadía de los consumidores brindar música de fondo.
- Decorar el restaurante acorde al estilo y fechas especiales.
- Incentivar y motivar a los trabajadores.
- Ofrecer salario y trato, respeto al horario laboral.
- Realizar capacitación a los trabajadores en áreas requeridas para un mejor servicio a los clientes.

3.4.4. *Valores*

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Seguridad
- Atención al cliente
- Honestidad
- Calidad
- Servicio
- Innovación

3.5. ESTUDIO DE MERCADO

3.5.1. Descripción del Producto

Tabla 14-3: Descripción del Producto

Descripción del Producto	
Nombre:	Comida rápida
Necesidad que satisface	Alimentación
Características:	Es fácil de preparar, muy económico al momento de adquirir, tiene un excelente sabor, buen aspecto a la vista del consumidor, su principal ingrediente es la papa.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

3.5.2. Definición del área de mercado

Tabla 15-3: Definición del área de mercado

Matriz de información del proyecto			
Informantes	Tipo de información:	Fuentes de información:	Instrumentos de investigación
CONSUMIDORES	<ul style="list-style-type: none">• Características de consumo• Frecuencia de consumo• Gustos y preferencias• Lugares de abastecimiento• Precios que está dispuesto a pagar	Primarias	Encuesta
COMPETENCIA	<ul style="list-style-type: none">• Características de los productos o servicios• Canales de distribución• Precios• Ventajas competitivas• Medios Publicitarios• Desventajas	Primarias	Observación

	<ul style="list-style-type: none"> • Producción o venta (diaria, semanal, mensual, anual) 		
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad actual y potencial de insumos • Precios actuales y esperados de insumos y materiales • Condiciones de crédito • Plazos de entrega • Productos sustitutivos • Distancia • Calidad del servicio • Oportunidad en la entrega • Garantías, etc. 	Primarias:	Observación

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

3.5.3. Segmentación del mercado

Tabla 16-3: Segmentación del mercado

VARIABLES	CRITERIOS	
Geográficas	Ciudad	Riobamba
Demográficas	Edad	15-30 años
	Sexo	Hombres y Mujeres
Psicográficas	Clase Social	Media y Baja
	Estilo de Vida	Personas que tiene una excelente salud, y no son propenso a enfermedades por consumir alimento de todo tipo.
De Comportamiento	Ocasionales	Consumo frecuente y a veces.
	Frecuencia de Consumo	Diario, semanal, mensual
	Actitud	Positiva hacia el producto

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

3.5.4. Mercado Potencial

Tabla 17-3: Mercado potencial

Proyección de la población del cantón Riobamba, en un rango de 15 a 30 años de edad (2010-2020)										
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
63,941	65,226	66,460	67,629	68,732	69,757	70,709	71,583	72,376	73,094	73,734

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

El mercado potencial para el restaurante de comida rápida está conformado por los habitantes de la ciudad de Riobamba, de edades comprendidas entre 15 años hasta los 30 años de edad de hombres y mujeres esta población corresponde a 73734 personas económicamente activa hasta el año 2020.

3.5.5. Mercado Meta

El mercado meta hace referencia al mercado potencial el cual está compuesta por aquellas personas que están dispuestas a comprar o consumir el producto. Según las encuestas realizadas se pudo determinar que el mercado potencial del restaurante es alrededor de 70784 En el cual se tomó en cuenta a los consumidores potencial de 73734 por el 96% de la aceptabilidad tomada de la encuesta.

3.5.6. Análisis de la Demanda

La demanda actual, se relaciona a “predecir el comportamiento futuro de la demanda, tomando en cuenta todo pronóstico inicial de una situación determinada, lo cual en este caso corresponde al comportamiento de la demanda actual. (Allaica, 2020, pág. 47)

Tabla 18-3: Análisis de la demanda

Población (PEA)de cantón Riobamba	264048
Población potencial	73734
Aceptación	96%
Población meta	70784

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Esta demanda está compuesta por los habitantes de la ciudad de Riobamba económicamente activa con un total de 264048 que comprenden entre los 15 años hasta los 30 años de edad dando un total de 73734 personas entre hombres y mujeres. A este resultado se ha determinado que el 96% de los individuos los cuales serán considerados como los clientes potenciales es decir la demanda potencial el cual equivale a 70784 personas, esto se obtuvo a través de las encuestas realizadas.

3.5.6.1. Demanda Actual

Datos

- Población del Cantón Riobamba: 264048
- Población económicamente activa de a5 a 30 años: 73734
- Población dispuesta a comprar: 70784 (96% según encuesta)
- Tasa de crecimiento poblacional de: 1,78

Tabla 19-3: Frecuencia de consumo de comida rápida

Demanda				
Variable	%	Población de consumo	Frecuencia anual	Consumo del año
Diario	48%	33976	50	1.698.816
Semanal	39%	27606	30	828.173
Mensual	13%	9202	10	92.019
Semestral	0%	0	0	0
	100%	70784	Total demanda	2.619.008

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En esta tabla se presenta la demanda el cual es de 2.619.008 personas al año para lo cual tomamos en cuenta a los consumidores potenciales del restaurante.

3.5.6.2. Demanda Proyectada

Datos

- Demanda de comida rápida: 2.619.008
- Tasa de crecimiento poblacional: 1,87%
- Año: 1

Tabla 20-3: Demanda proyectada

Demanda proyectada a 5 años			
Periodo	Resultado	Formula	Procedimiento
2020	2.619.008		
2021	2.665.626	VF= VP(1+g) n	VF= 9721475(1-1,78%)^1
2022	2.713.074		VF= 19721475(1-1,78%)^2
2023	2.761.366		VF= 9721475(1-1,78%)^3
2024	2.810.518		VF= 9721475(1-1,78%)^4
2025	2.860.545		VF= 9721475(1-1,78%) ^5

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se puede observar la proyección de la demanda que tendrá un notable crecimiento sustancial en los 5 próximos años, lo que favorece al restaurante de comida rápida.

3.5.7. Análisis de la Oferta

Para realizar el análisis de la oferta es necesario tomar en cuenta los principales establecimientos comerciales que se dediquen a ofertar productos de comida rápida. En este caso nos hemos centrados en los 5 principales restaurantes porque son los más grandes y reconocidos en la ciudad de Riobamba.

3.5.7.1. Oferta Actual

Para realizar la cuantificación de la oferta es necesario tomar en cuenta la cantidad de comida rápida vendida al día por cada una de los principales restaurantes de comida rápida de la ciudad de Riobamba. En el cual según las encuestas realizadas se estableció las 5 más reconocidas en la ciudad como competidores directos.

Tabla 21-3: Datos de oferta de lugares de venta de comida rápida

Oferta			
Restaurantes	Comida rápida al día	Total mes	Total anual
Paseo Shopping	50	1.500	18.000
KFC	65	1.950	23.400
Corcel Negro	70	2.100	25.200
Bellavista Burger	40	1.200	14.400
En su barrio	80	2.400	28.800
total	305	9.150	109.800

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: De los 5 principales establecimientos se ha determinado que en el Paseo Shopping oferta alrededor de 1.500 en comida rápida, el segundo es KFC vende 1.950 unidades en comida rápida, el tercero es el Corcel Negro el cual oferta 2.100, el cuarto es Bellavista Burger el cual vende 1.200 unidades y en las carretas del barrio venden 2.400 unidades.

3.5.7.2. Oferta Proyectada

Con los datos ya obtenidos de la oferta, es necesario proyectarla para los 5 años futuros, para realizar aquella proyección es el mismo método de la proyección de la demanda, con la diferencia que se emplea la tasa de actividad económica de la ciudad de Riobamba el cual es de 1,78 % de la tasa de crecimiento poblacional según INEC.

Tabla 22-3: Oferta proyectada

Oferta proyecta 5 años			
Periodo	Resultado	Formula	Procedimiento
2020	109.800		
2021	111.754	$On=Oo(1+i)^n$	$On=77400(1+1,78)^1$
2022	113.743		$On= 77400(1+1,78)^2$
2023	115.767		$On=77400(1+1,78)^3$
2024	117.827		$On=77400(1+1,78)^4$
2025	119.924		$On=77400(1+1,78)^5$

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

3.5.7.3. Demanda Insatisfecha

En este caso nuestro mercado potencial equivale a la demanda potencia insatisfecha la misma que se obtiene mediante la determinación en términos cuantitativos de los productos y servicios que son utilizados para satisfacer la necesidad es de alimentación de la población. En otras palabras, la demanda insatisfecha es la diferencia de la demanda con la oferta, el cual representa la cantidad probable que consumirá el producto a ofertar.

Tabla 23-3: Demanda Insatisfecha

Demanda insatisfecha				
Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Porcentaje de participación 2%
2021	2665626	111754	2.553.872	51.077
2022	2713074	113743	2.599.331	51.987
2023	2761366	115767	2.645.599	52.912
2024	2810518	117827	2.692.691	53.854
2025	2860545	119924	2.740.621	54.812

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: Según la tabla anterior se ha determinado que la demanda potencial insatisfecha del consumo de comida rápida es de 51.077 personas, lo que representa la existencia de un mercado de individuos que consumen a las debemos cuales debemos atender. Además, el proyecto se prevé poder cubrir el 2% de la demanda insatisfecha que representa 51.077 personas a satisfacer al año, es decir 4.256 al mes. El 2% ha sido elegido ya que el negocio es nuevo en la ciudad lo cual significa que tendrá una capacidad mínima de producción.

3.5.8. Capacidad instalada

La capacidad instalada para el funcionamiento del restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba se requiere de algunos factores que ayudaran, en primer lugar, el factor es la mano de obra que sea netamente calificada, equipamiento adecuado para la elaboración de la comida rápida y las maquinarias requeridas para la misma. Tomando en cuenta esto la capacidad y el tamaño de prestación de servicios que tiene el restaurante se ha determinado en función de equipamiento disponible y también el número de empleados. En cuanto a la producción depende mucho de la instalación o espacio físico del local.

La capacidad máxima estipulada diaria del restaurante es de 142 consumidores, en el sentido de que el local tendrá 6 mesas de 4 puestos. Como también se toma en cuenta que tendrá horarios de 10am hasta las 10pm cada día.

Con estos resultados se estima tener un promedio de 150 consumidores diario, al mes se el restaurante satisface a 4.256 personas, y un promedio de 51.077 consumidores al año en la ciudad de Riobamba.

3.5.9. Mix de Mercado

El mercado mix permite nos permite realizar el análisis de las 4 principales variables dentro del restaurante, como es el producto, precio, plaza y la promoción.

3.5.9.1. Producto

Es el producto que se va ofrecer en el restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba, se desea la idea es crear un restaurante que satisfaga las necesidades alimenticias de las personas de manera rápida, eficaz y de buena calidad, en un ambiente ameno, disponer de wifi libre, además contamos con una variedad de productos al gusto del cliente.

Productos a Ofertar

- Salchipapas
- Hamburguesas
- Papi carne
- Papi Pollo
- Papi huevo

Nombre del Restaurante

El nombre destinado para el restaurante es “Rapi Delicias” este término hace referencia a la comida rápida de excelente sabor. Este nombre nace a raíz de que la idea es realizar preparaciones deliciosas en poco tiempo y aun precio muy cómodo al cliente, este es el mensaje que llegara al consumidor.

Logotipo



Gráfico 14-3: Logotipo

Elaborado por: Jessica Chávez (2021)

Colores de la Empresa

- **Café:** Se trata de un color cálido, está relacionada con la confiabilidad, resistencia, permanencia.
- **Rojo:** Este color eleva la presión sanguínea, esto permite aumentar el deseo de comer.
- **Blanco:** Es símbolo de limpieza y confort con la que se trabaja en el restaurante.

Eslogan

“No dejes para mañana lo que puedes comer hoy”

Tarjeta de presentación



Gráfico 15-3: Tarjeta de presentación

Elaborado por: Jessica Chávez (2021)

3.5.9.2. Precio

El precio se ha determinado mediante las encuestas realizadas en la ciudad de Riobamba a 73734 personas, en la misma que los encuestados manifestaron la cantidad que estarían dispuestos a pagar por el consumo en el restaurante de comida rápida denominada “Rapi delicias” este dato permite establecer el precio tentativo el cual será establecido en el estudio financiero.

3.5.9.3. Plaza

La plaza hace relación al canal de distribución la misma que permite distribuir el producto elaborado por el restaurante de manera eficaz para llegar al consumidor final. En este caso se hará uso del canal directo ya que el productor es el restaurante de comida rápida “Rapi Delicias” dirigido al consumidor final, mediante la intervención del chef y los productos terminados serán llevados por el mesero directamente al cliente.

3.5.9.4. Promoción

La promoción del restaurante de comida rápida “Rapi Delicias” se realiza a través de las redes sociales como Facebook e Instagram, ya que son los más utilizados en últimos años de esta manera es más efectivo captar la atención de los clientes, además se podrá hacer publicaciones de las promociones que tendrá en las fechas especiales como descuentos. También se ha visto la necesidad de repartir volantes que contengan información sobre el restaurante en las principales calles de la ciudad de Riobamba.

3.5.9.5. Análisis del Sector

- **Análisis del sector**

El restaurante está ubicado en el cantón Riobamba en la parroquia Veloz, en el barrio Sixto Duran Ballen es un lugar bastante comercial ya que es la parada de buses, además cuenta con locales comerciales a su alrededor y estudiantes del Colegio Hispanoamericano que transitan por el lugar.

- **Tipo de Clientes**

El Restaurante va dirigido para todas las personas que puedan pagar el precio de los diferentes productos, con esto se desea llegar a los sectores económicos medio y bajo.

3.5.9.6. Desarrollo estratégico

El desarrollo estratégico se trata de la planificación para la ejecución de las estrategias que son planteadas en el marketing mix la cual se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 24-3: Desarrollo estratégico

MARKETING MIX	ESTRATEGIA	RECURSOS	TIEMPO
Producto	Oferta de variedad de productos en comida rápida.	Humanos Materiales	Un mes
Precio	Fijar precios en función de la competencia	Humanos	Una semana
Plaza	Ubicación estratégica del restaurante de Comida rápida “Rapi Delicias”	Humanos Materiales	Una Semana
Promoción	Promocionar al restaurante mediante redes sociales y hojas volantes	Humanos Materiales Económicos	12 meses

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

3.6. Estudio Técnico

3.6.1. Localización

La localización es el estudio comprende identificar las zonas geográficas, que va desde la macro localización que es un concepto amplio, hasta la micro localización que es una zona más pequeña para determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.

- **Macro Localización**

El presente emprendimiento se realizará en la provincia Chimborazo, en el cantón Riobamba como se presenta en la siguiente figura:

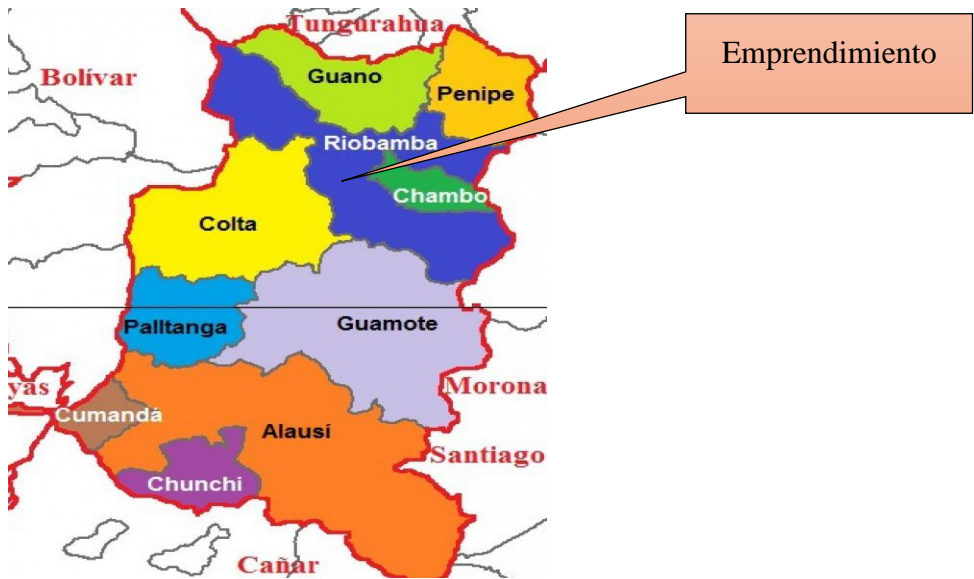


Gráfico 16-3: Macro localización
 Fuente: www.google.com.

- **Micro Localización**

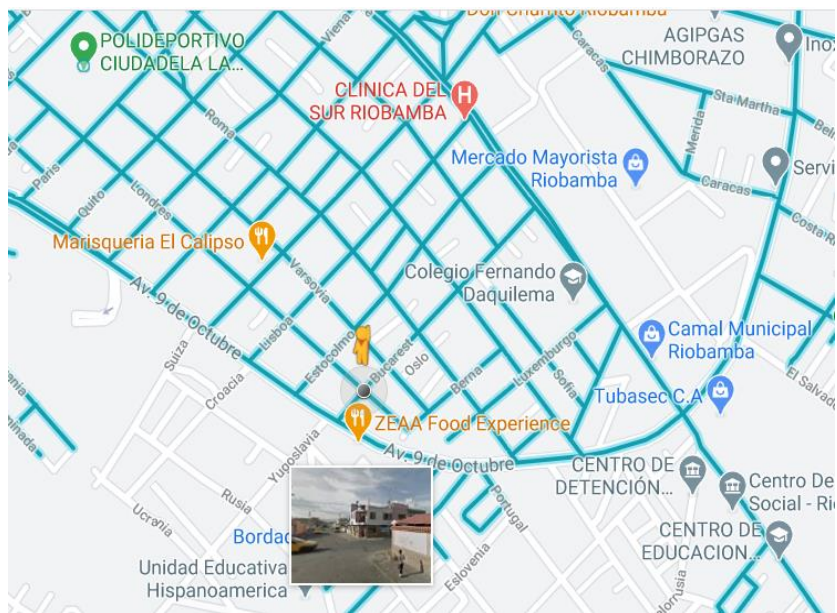


Gráfico 17-3: Micro localización
 Fuente: <https://www.google.com/maps>.

“Rapi Delicias” restaurant está ubicado en el Cantón Riobamba en la parroquia Veloz, en el barrio Sixto Duran Ballén en las calles Londres y Bucarest, frente a la parada de buses, esta es una zona estratégica ya que en el lugar se encuentra locales comerciales, es la parada de busas y también es un sector transitado por estudiantes.

3.6.2. Ingeniería del Proyecto





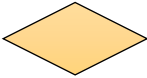
La ingeniería de proyecto es un estudio en función de la producción que define el proceso técnico que busca identificar las características del producto y al mismo tiempo optimizar la utilización de los recursos disponibles en la elaboración del producto.

3.6.2.1. Procesos

- **Flujograma**

El diagrama de Flujo se trata de hacer una representación gráfica de las situaciones, hechos, relaciones o movimientos haciendo uso de símbolos. En este caso se realizó un flujograma para determinar proporcionalmente el proceso de la elaboración del producto.

Tabla 25-3: Símbolos del flujograma

SÍMBOLO	NOMBRE	FUNCIÓN
	Inicio/Fin	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones, la flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada/Salida	Representa la entrada y la impresión de datos en la salida.
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación.
	Decisión	Nos permite analizar una situación con base en los valores verdadero y falso.

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Diagrama del proceso para la creación y comercialización de la comida rápida

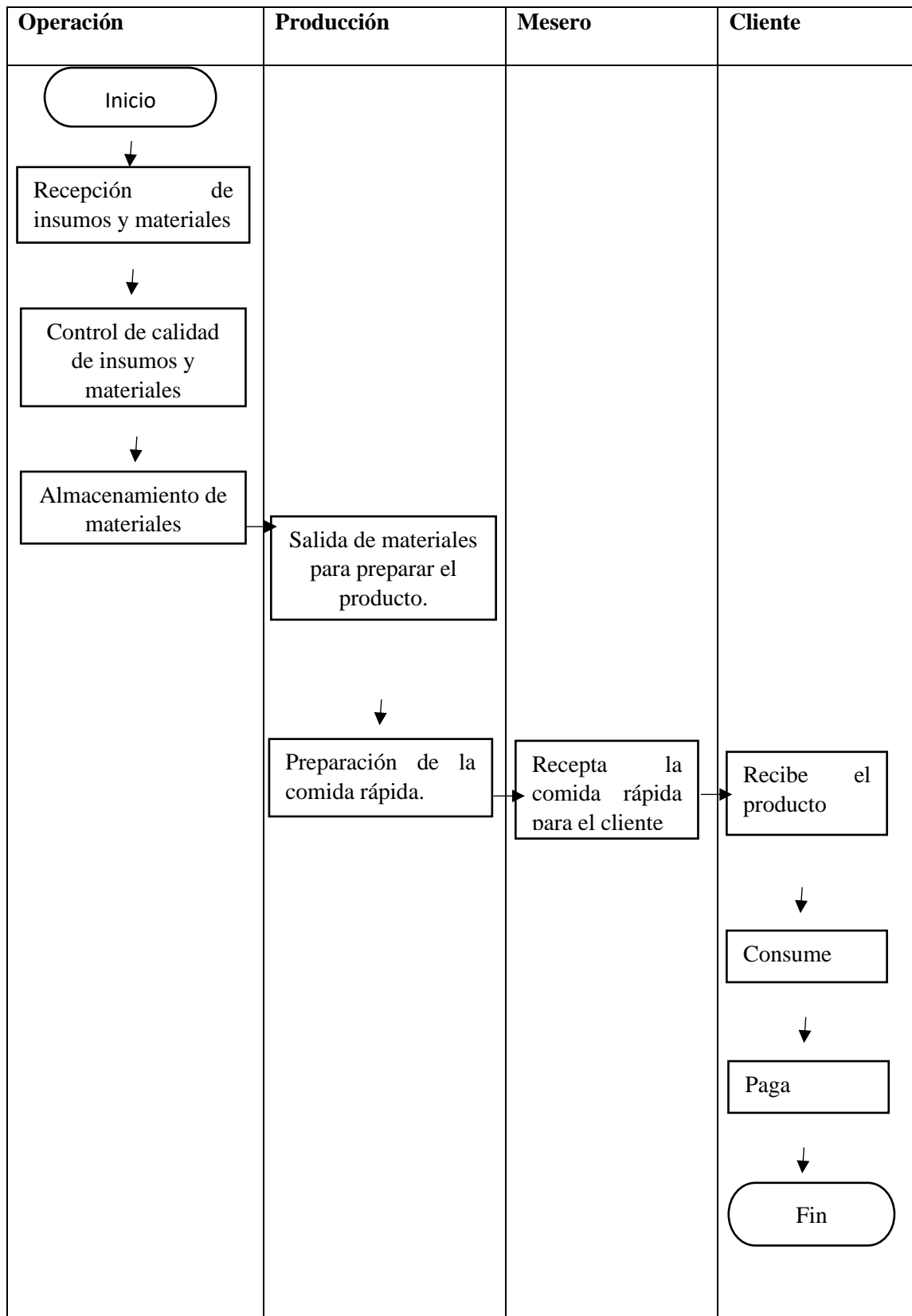


Gráfico 18-3: Diagrama de procesos
 Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Diagrama del proceso de la elaboración de cada Producto

PRODUCTO: Salchipapa

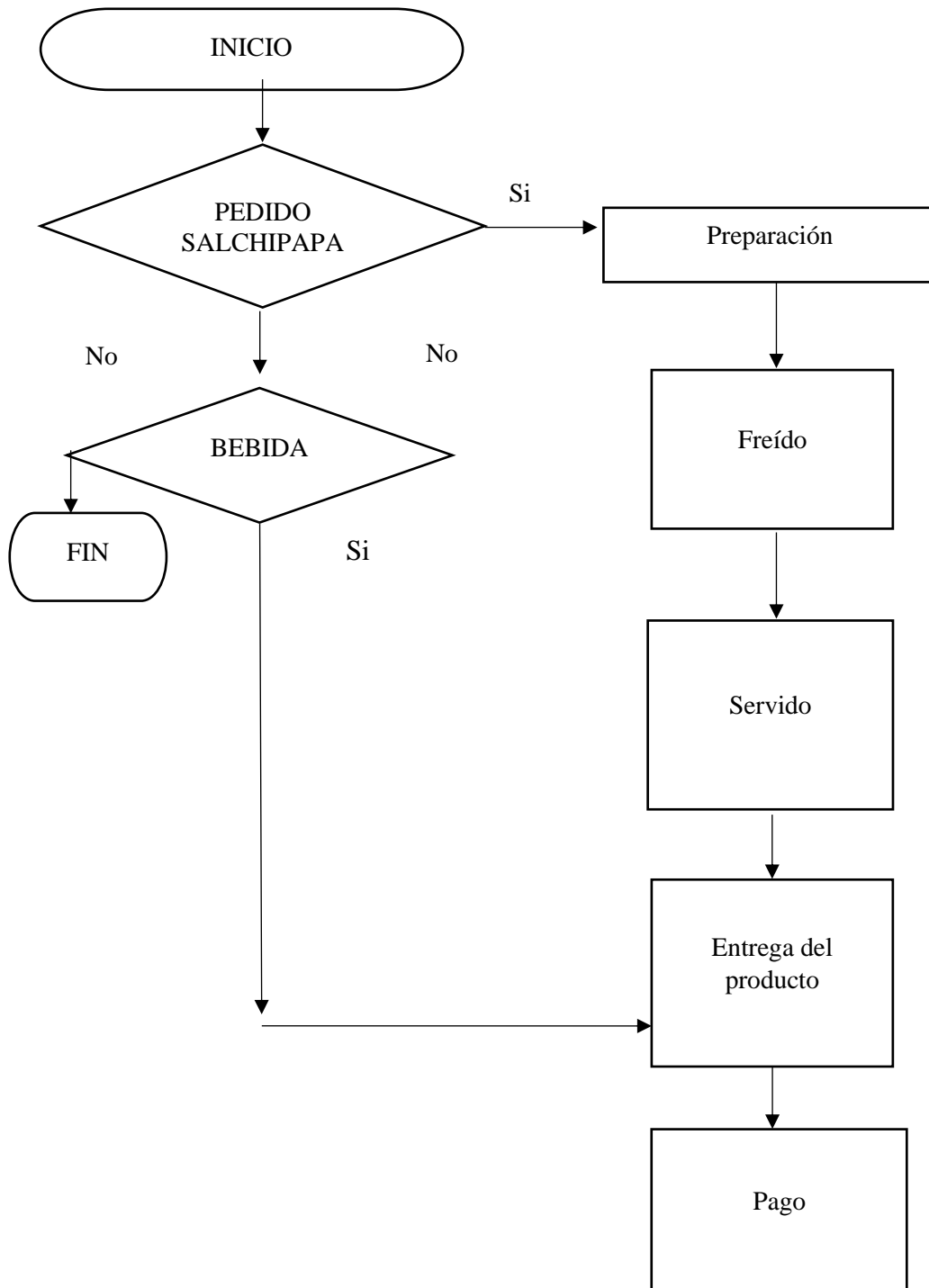


Gráfico 19-3: Diagrama de Proceso de Salchipapas
Elaborado por: Chávez, J. 2021.

PRODUCTO: Hamburguesa

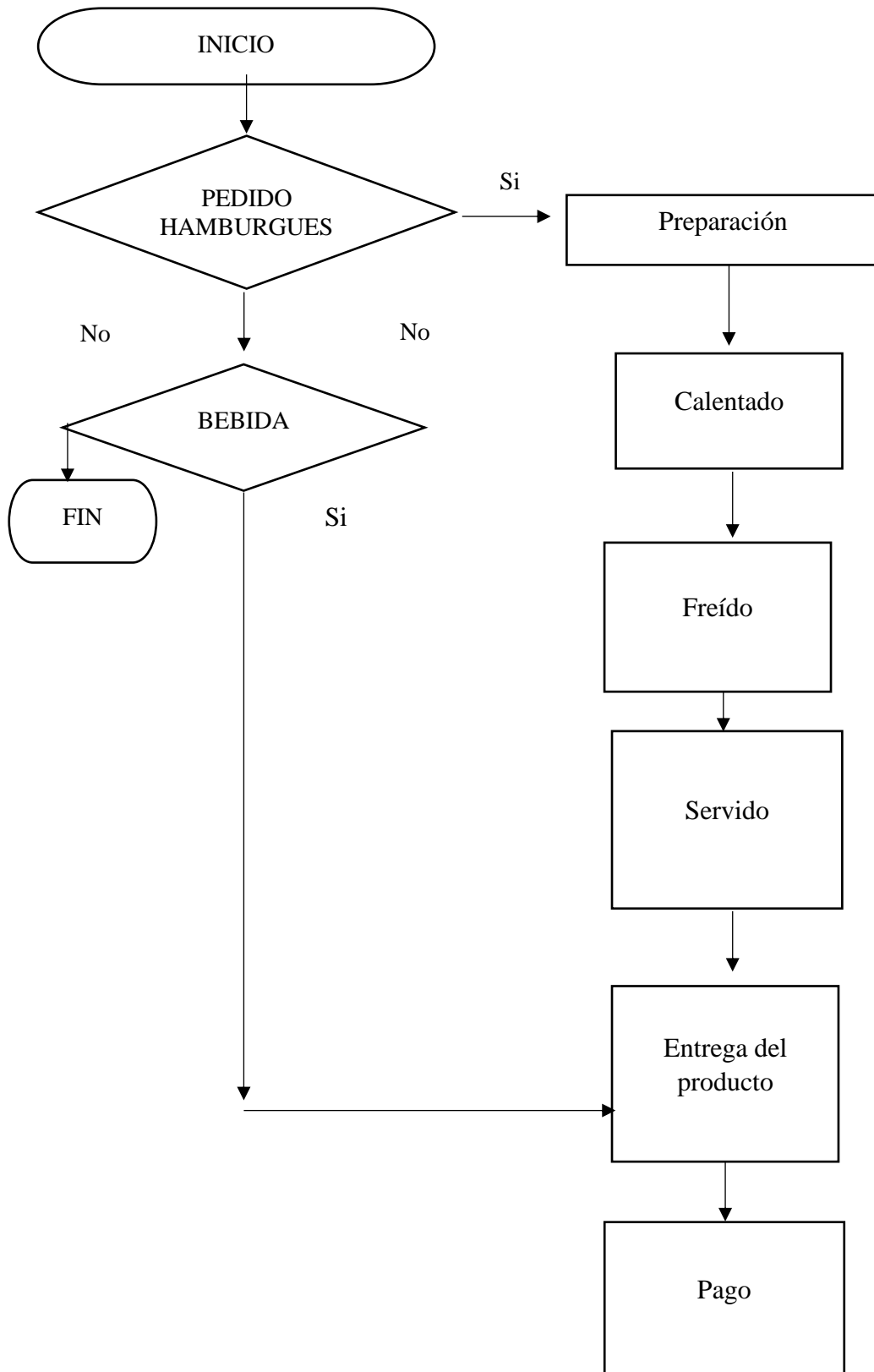


Gráfico 20-3: Diagrama de Proceso de Hamburguesa
Elaborado por: Chávez, J. 2021.

PRODUCTO: Papi Pollo

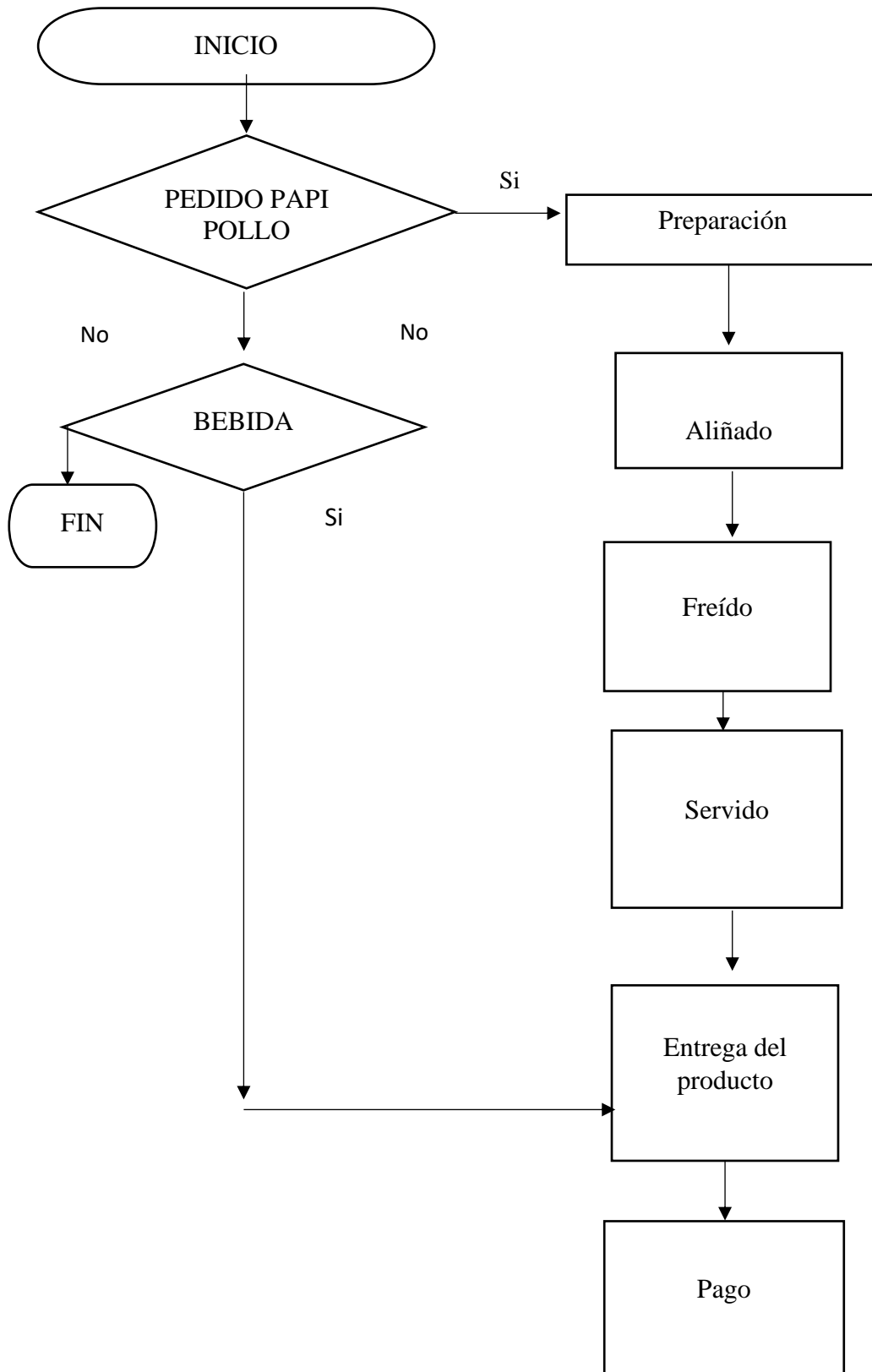


Gráfico 21-3: Diagrama de Proceso de Papi Pollo
Elaborado por: Chávez, J. 2021.

PRODUCTO: Papi Carne

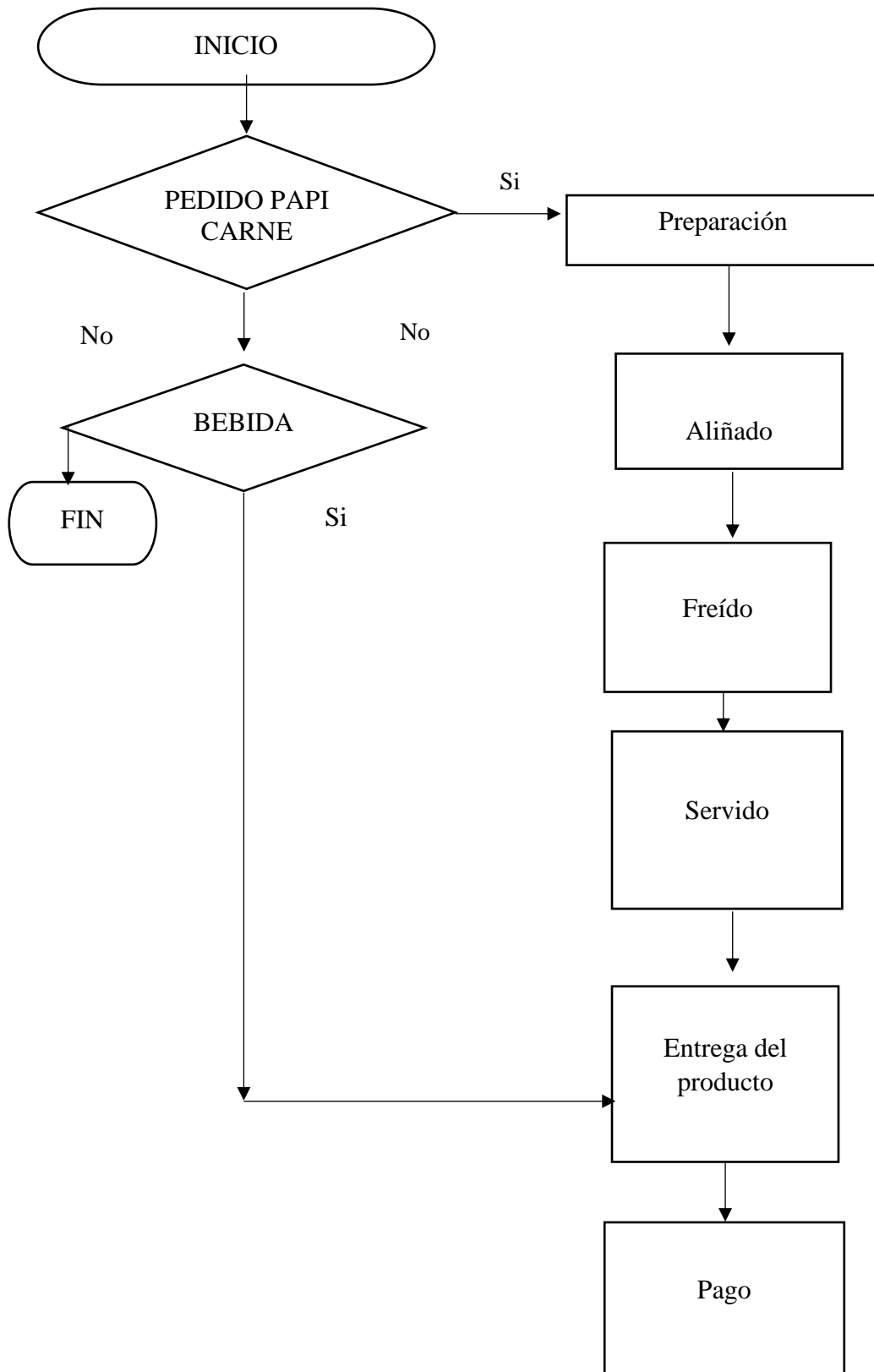


Gráfico 22-3: Diagrama de Proceso de Papi Carne
Elaborado por: Chávez, J. 2021.

PRODUCTO: Papi Huevo

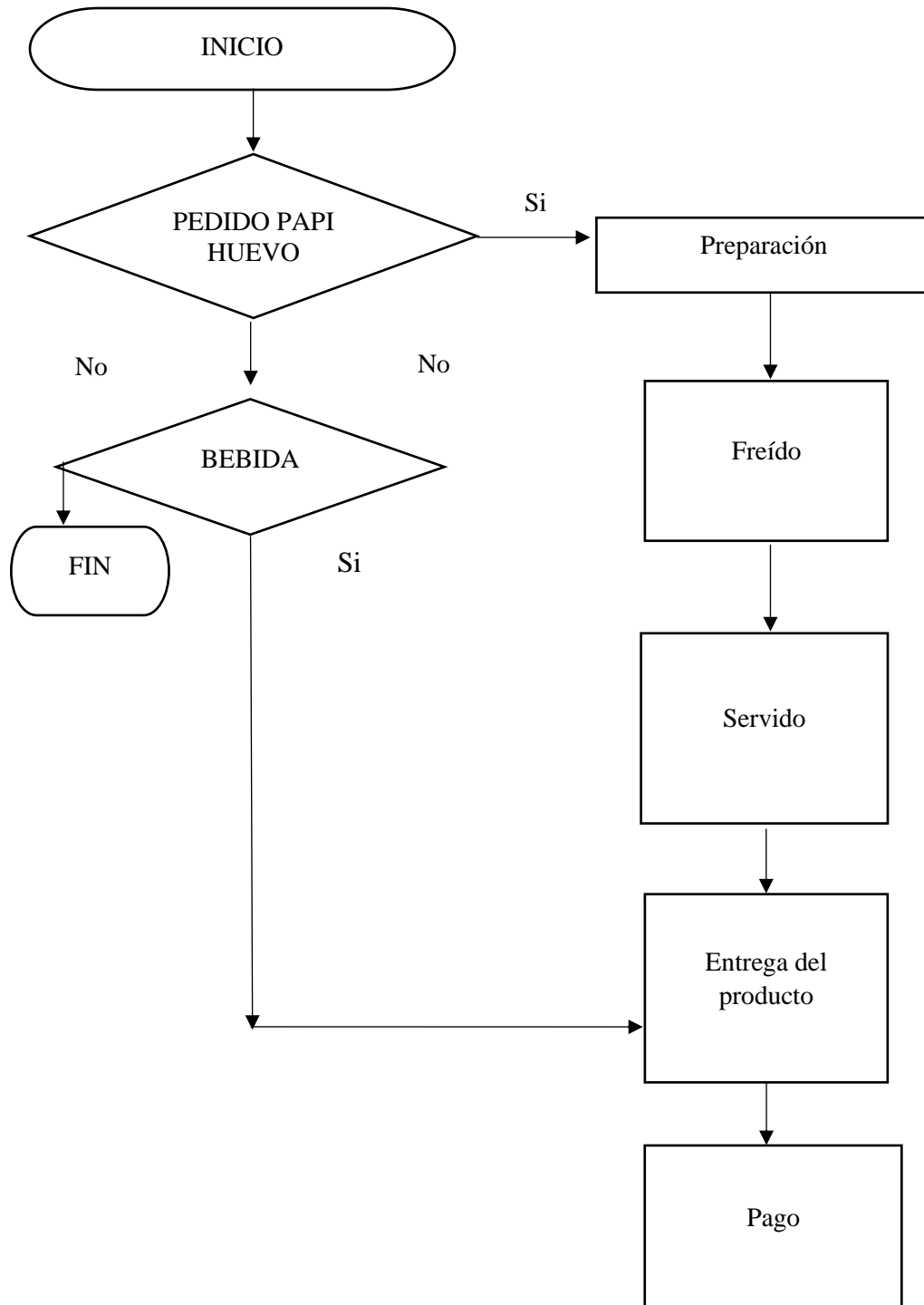







Gráfico 23-3: Diagrama de Proceso de Papi Huevo
Elaborado por: Chávez, J. 2021.

A continuación, se describe el proceso de elaboración de cada uno de ellos productos que oferta el restaurante de comida rápida “Rapi Delicias”.

Tabla 26-3: Procesos de preparación de comida rápida

<p style="text-align: center;">Salchipapas</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lava, pela y corta las papas en tiras cortas. Precalienta la freidora con aceite a fuego medio. 2. Lava la papa picada y sécalo con toallas de papel. Lo importante es que estén bien secas. 3. Pon los trozos de papa en la freidora una vez el aceite este bien caliente. Fríe por 5 a 8 minutos, hasta que se doren. 4. Cortar las salchichas en ángulos para un mejor aspecto. Fríe por 3 minutos hasta que tenga un color diferente y finalmente saca en un recipiente. 5. Mezcla las papas con las Salchichas <p>Complemento: Salsas, ensalada y bebida.</p>
<p style="text-align: center;">Hamburguesa</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Condimentamos bien la carne molida, luego Amasamos la carne pasándola de una mano a otra y las aplastamos un poco, dándole la forma de hamburguesa. 2. Colocar la hamburguesa en la freidora con el aceite bien caliente. La dejamos por 3 a 5 minutos. 3. Una vez hecha, montamos la hamburguesa. Ponemos el pan a la cual la hemos calentado en la freidora, colocamos la ensalada de lechuga y tomate y cebolla encima la hamburguesa. Y servir con una porción de papas fritas. <p>Complemento: Salsas y bebida.</p>
<p style="text-align: center;">Papi Pollo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corta el pollo en presas. 2. En un recipiente mezclar la presa de pollo con los condimentos y remover muy bien y dejar por algunos minutos para que se incorpore. 3. Rebozar el pollo con la harina.

	<p>4. Poner la presa en la freidora con el aceite bien caliente por 5 a 8 minutos. Retirar la presa y servir con una porción de papas fritas y listo.</p> <p>Complemento: Salsas, ensalada y bebida.</p>
<p style="text-align: center;">Papi Carne</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Condimentamos bien la carne molida, luego amasamos la carne pasándola de una mano a otra y las aplastamos un poco, dándole la forma de hamburguesa. 2. Colocamos la carne en la freidora con el aceite bien caliente, luego dejamos coser de 3 a minutos. 3. Una vez cosida la carne sacamos de la freidora y la colocamos en un plato y la servimos con una porción de papas fritas. <p>Complemento: Salsas, ensalada y bebida.</p>
<p style="text-align: center;">Papi huevo</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. En la freidora calentamos bien el aceite. 2. Una vez caliente ponemos el huevo a freír con una pizca de sal y los condimentos necesarios. Dejamos actuar por 3 minutos. 3. Retiramos el huevo y la servimos en un plato con una porción de papas fritas. <p>Complemento: Salsas, ensalada y bebida.</p>

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Materiales y Equipo necesario para la producción

Para poder preparar los productos de comida rápida se necesita lo siguiente:

Tabla 27-3: Maquinarias, equipos y enseres para la producción

Maquinarias, equipos y enseres para la producción				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Freidoras	2	Unidad	\$ 500.00	\$ 1,000.00
Refrigeradora	1	unidad	\$ 600.00	\$ 600.00
Licuadaora	1	unidad	\$ 60.00	\$ 60.00
Platos de Porcelana	24	unidades	\$ 8.00	\$ 192.00
Cubertería	24	Juego	\$ 6.00	\$ 144.00
bandejas	3	Unidad	\$ 9.00	\$ 27.00
Recipientes	6	unidades	\$ 10.00	\$ 60.00
Mesas de madera	6	Unidad	\$ 85.00	\$ 510.00
Sillas de madera	24	Unidad	\$ 35.00	\$ 840.00
Manteles	6	Juego	\$ 35.00	\$ 210.00
Cilindro de gas	2	unidad	\$ 65.00	\$ 130.00
Juego de utensilios de Cocina	1	unidad	\$ 35.00	\$ 35.00
Servilletas	25	Paquete	\$ 0.50	\$ 12.50
Caja Registradora computarizada	1	Unidad	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Escritorio de oficina	1	Unidad	\$ 400.00	\$ 400.00
Silla giratoria	1	Unidad	\$ 100.00	\$ 100.00
Caja de Sonido	1	Unidad	\$ 600.00	\$ 600.00
Teléfono	1	Unidad	\$ 40.00	\$ 40.00
TOTAL				\$ 6,160.50

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Personal requerido

El personal requerido para el restaurante de comida rápida “Rapi Delicias” cuenta con la función de varias personas quienes son los encargados de su funcionamiento, en el siguiente cuadro se provee el recurso humano.

Tabla 28-3: Personal requerido

Descripción	Numero
Administrador	1
Cocinero	1
Mesero	1

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Infraestructura del negocio

Para que el restaurante tenga un buen funcionamiento, es necesario contar con una adecuada infraestructura, como también una excelente distribución de los espacios los cuales deben estar enfocados a todas las necesidades en diferentes áreas administrativas y operativas.

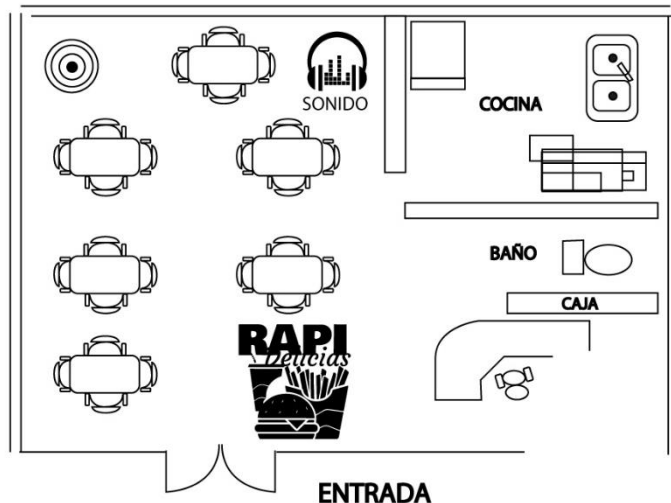


Gráfico 24-3: Infraestructura del negocio
Elaborado por: Chávez, J. 2021.

3.7. Estudio Legal

3.7.1. Permisos necesarios

Para el funcionamiento adecuado del restaurante es necesario tener toda la documentación en regla y también debe cumplir con todos los requisitos de función para dar inicio a la actividad económica, en los requisitos y permisos legales están los siguientes.

➤ Registro Único de Contribuyente

La ley de Registro Único de Contribuyentes en su primer artículo define de la siguiente forma al RUC. Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes. - Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria. (Crespo, 2018, pág. 4)

Requisitos para obtener el RUC

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

- Patente Municipal, Permiso de Bomberos

➤ **Patente Municipal**

Es el permiso de funcionamiento que se obtiene en el municipio cada año. Su costo es de acuerdo al sector en donde funcione el establecimiento, se requiere:

- Copia de la cédula y nombramiento del representante legal.
- Copia de la papeleta de votación
- Copia del RUC
- Formulario de solicitud de patente
- Dirección exacta del establecimiento.

➤ **Permiso de bomberos**

Para los propietarios de los nuevos negocios es necesario adquirir el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos Riobamba, ya que es indispensable para la autorización municipal. Además, este permiso garantiza la seguridad del negocio para que cuente con los implementos de seguridad adecuado. Estos deben ser renovados cada año.

Los requisitos para adquirir los este permiso son:

- Adquirir el formulario de solicitud para la inspección, llenarlos y entregarlo con los datos del negocio.
- Esperar que el Inspector realice la visita a su negocio.
- Informe de inspección del Cuerpo de Bomberos del GADMR
- Copia del RUC o RISE
- Copia del pago del Impuesto Predial del año en curso.
- Copia del pago de la Tasa de Bomberos del año en curso.
- Copia de la cédula y papeleta de votación

➤ **Permiso de Sanidad**

Para obtener el permiso de sanidad las empresas que brindan servicios de alimentación y bebidas, es necesario someter al personal a exámenes médicos para la verificación del estado de salud actual. Los requisitos para sacar el permiso son:

- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación
- Informe del control sanitario
- Certificado de salud

- Pago de patente
- Categorización
- Uso del suelo

➤ **Licencia de funcionamiento del municipio**

Requisitos para el permiso de funcionamiento del municipio de Riobamba

- Copia de la planilla con el cumplimiento de mejoras dejada por el inspector
- Copia de la patente municipal (más el valor de la tasa sanitaria)
- Copia de certificados de salud de los empleados
- Copia de certificados de capacitación para los manipuladores de alimentos
- Copia de la cédula de identidad
- Copia del certificado de votación del último proceso electoral
- Solicitud para el permiso
- Orden de pagos

3.7.2. Presupuesto de Gasto de Constitución

Tabla 29-3: Presupuesto de Gasto Constitución

Detalle	Costo
Ruc	\$ -
Patente	\$ 60.00
Permiso bomberos	\$ 80.00
Permiso sanidad	\$ 100.00
Licencia de funcionamiento	\$ 130.00
Total	\$ 370.00

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

3.8. Estudio Organizacional

“Desde una perspectiva sistémica la estructura es la forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto. Existe una estructura cuando una serie de elementos se integran en su totalidad que presenta propiedades específicas como conjunto y cuando además las propiedades de los elementos dependen de los atributos específicos de la totalidad.” (Espinosa, 2018)

3.8.1. Organigrama estructural

Se trata de una representación gráfica de una empresa u organización, el cual está basado por los diferentes niveles jerárquicos, tiene como objetivo establecer un sistema jerárquico, fijando funciones y puestos de trabajo, de esta manera lograr un mejor rendimiento y además optimizar de forma efectiva el trabajo.

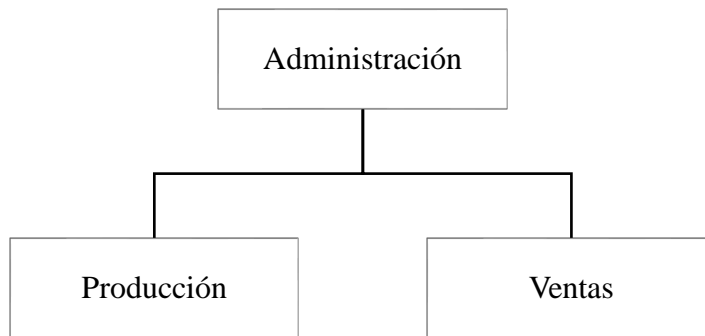


Gráfico 25-3: Estructura Organizacional
Elaborado por: Chávez, J. 2021.

3.8.2. Organigrama funcional

La estructura funcional es aquella que identifica las tareas que son asignadas al personal en su función o puesto de trabajo. Generalmente las tareas son la parte esencial de los procesos de producción asignados a cada puesto de trabajo por el cual es importante y depende de los mismos.

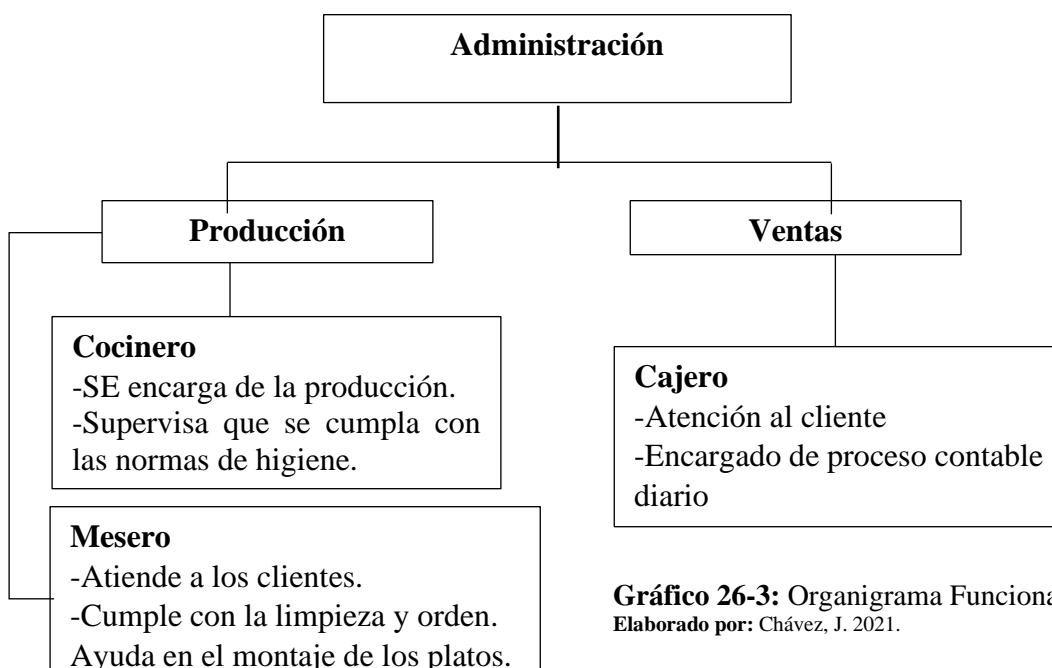


Gráfico 26-3: Organigrama Funcional
Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Descripción de funciones

- **Administrador**

El administrador es el que establece las políticas, estrategias y también dirige el restaurante, además elabora y ejecuta actividades y programas. Propone objetivos a alcanzar a corto, mediano y largo plazo.

- **Cocinero**

El cocinero es la persona encargada de la producción de la comida rápida según los pedidos de cada cliente.

- **Cajero**

El cajero es el encargado de realizar los procesos de transacción financiera del restaurante, recibe los pagos de los clientes, de la misma manera se encarga de emitir las facturas. También maneja la máquina registradora computarizada del restaurante y finalmente realizar un informe cada día.

- **Mesero**

El mesero es el encargado de atender a los clientes de manera directa, servicial y adecuada, emite información acerca del producto que ofrece el restaurante mediante el menú, se encarga de tomar las ordenes de pedidos de los clientes, y cualquier actividad que se relacione con satisfacer las necesidades del cliente. Y finalmente se encarga también de realizar la limpieza del local.

3.9. Estudio Financiero

3.9.1. Inversión Inicial

- **Inversión fija**

La inversión fija sirve para determinar la maquinaria y el equipamiento necesario que requiere el restaurante para dar inicio a la actividad económica, además es necesario fijar también los muebles y enseres de la misma. Por lo tanto, la inversión inicial es adquirir los activos fijos tangibles que permitirá la ejecución del proyecto.

Tabla 30.3: Inversión Fija

Inversión fija		
Descripción	Cantidad	Valor Total
Maquinaria y Equipo	5	\$ 2,390.00
Menaje	7	\$ 680.50
Mobiliario	2	\$ 1,350.00
Equipo de Oficina	2	\$ 1,240.00
Muebles y Enseres	2	\$ 500.00
Total		\$ 6,160.50

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: Según la tabla anterior se ha determinado que la inversión fija es de \$ **6,160.50**.

- **Inversión diferida**

La inversión diferida es aquella que se encarga de identificar todos los gastos pre operativo, esto permite ejecutar antes de que inicie las actividades operaciones comerciales. Es dividida de la siguiente manera:

Tabla 31-3: Inversión diferida

Inversión Diferida			
Costo Constitución	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Ruc	1	\$ -	\$ -
Patente	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Permiso bomberos	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Permiso sanidad	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Licencia de funcionamiento	1	\$ 130.00	\$ 130.00
Total			\$ 370.00

Instalaciones y readecuación del local			
Publicidad		\$ 50.00	\$ 50.00
Readecuación		\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
TOTAL			\$ 1,000.00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA			\$ 1,420.00

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: Según la tabla anterior se ha determinado que la inversión diferida para este proyecto será de \$ **1,420.00**

- **Capital inicial de trabajo**

En este caso el capital inicial de trabajo este compuesto por los pagos de costos y también los gastos, como se detalla a continuación.

Tabla 32-3: Capital inicial de trabajo

Descripción	Valor Total
Arriendo	\$ 250.00
Internet	\$ 50.00
Útiles de Oficina	\$ 90.00
Suministro de Limpieza	\$ 120.00
Materia Prima	\$ 900.00
Servicios básicos (luz, agua, teléfono)	\$ 120.00
Total	\$ 1,530.00

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

- **Inversión de Capital Inicial**

Tabla 33-3: Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Descripción	Valor
Inversión Fija	\$ 6,160.50
Maquinaria y Equipo	\$ 2,390.00
Menaje	\$ 680.50
Mobiliario	\$ 1,350.00
Equipo de Oficina	\$ 1,240.00
Muebles y Enseres	\$ 500.00
Inversión Diferida	\$ 1,420.00
Gasto Constitución	\$ 370.00
Gasto Publicidad	\$ 50.00
Gasto Instalación	\$ 1,000.00
Capital de Trabajo	\$ 1,530.00

Arriendo	\$ 250.00
Internet	\$ 50.00
Útiles de Oficina	\$ 90.00
Suministro de Limpieza	\$ 120.00
Materia Prima	\$ 900.00
Servicios básicos (luz, agua, teléfono)	\$ 120.00
TOTAL	\$ 9,110.50

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: Según la tabla anterior se puede observar que la inversión inicial del proyecto es de \$ 9,110.50 en los cuales intervienen la inversión fija, diferida y el capital inicial de trabajo.

- **Financiamiento**

Tabla 34-3: Financiamiento

Financiamiento		
Descripción	Total	Parcial %
Recurso Propio	\$ 1,822.10	20%
Recursos Terceros	\$ 7,288.40	80%
TOTAL	\$ 9,110.50	100%

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se determinó la distribución del financiamiento del proyecto las cuales son: Recurso propio \$ 1,822.10, recurso de terceros \$ 7,288.40, sumando los dos da un financiamiento total de \$ 9,110.50.

- **Método de Desfase**

Permite calcular la cuantía de la Inversión en Capital de Trabajo que debe financiarse desde el instante en que se adquiere los insumos hasta el momento en que se recupera el Capital invertido mediante la venta del producto, el monto recuperado se destinara a financiar el siguiente Ciclo Productivo. Según (Allaica, 2020, pág. 54)

$$K.T = (\text{Costo total del año} / 360 \text{ días}) * \text{Número de días del ciclo productivo}$$

$$KT = (18360/360) * 30$$

$$KT = \$ 1,530.00$$

- **Ciclo de Caja**

Tabla 35-3: Ciclo de caja

Periodo de promedio de inventario= Proceso de producción 1 día+ Mas 1 día para la venta.	2 días
Periodo de promedio de pago de materia primas	15 días
Periodo de promedio de cobro	1 día

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

En la tabla anterior se ha determinado que el restaurante puede vender sus productos en un día, es decir, una vez comprada la materia prima se procesa a producto terminado y se vende al cliente en 1 día.

Ciclo de Caja en días

- **Días ciclo de caja** = Periodo de Inventario + Periodo de Cobro- Periodo de Pago.
- **Días de ciclo de caja** = 2+ 1 – 30 días.
- **Días de ciclo de caja**=27 días

Mediante el cálculo del ciclo de caja del restaurante de comida rápida “Rapi Delicias”. Se ha determinado que debe mantener un capital efectivo que pueda soportar 27 días, este sirve para sostener el ciclo de caja y así poder cumplir con todas las obligaciones como empresa, puede ser con capital propio o capital de terceros. Por el cual para que una empresa llegue al éxito debe sobrevivir a corto plazo y así alcanzar el éxito a largo plazo.

- **Amortización de crédito bancario**

Tabla 36-3: Amortización de crédito

Monto	\$ 7,288.40				
Tasa de interés	10.00% 0.00833333				
Método de cálculo:	Sobre saldos				
Año	Deuda	Interés	Capital	Cuota anual	Saldo
1	\$ 7,288.40	\$ 728.84	\$ 3,644.20	\$ 4,373.04	\$ 3,644.20
2	\$ 3,644.20	\$ 364.42	\$,644.20	\$ 4,008.62	-

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se muestra el valor que se va pagar anualmente, en el cual se termina que el tiempo que va durar el pago del préstamo es de 2 años.

- **Amortización de diferidos**

Tabla 37-3: Depreciaciones y Amortizaciones

Cálculo de depreciaciones y amortizaciones									
	Vida útil	adquisición	Años					Total	Valor de Salvamento
			1	2	3	4	5		
Activos Fijos									
Maquinaria y Equipo	10	\$ 2,390.00	\$ 239.00	\$ 239.00	\$ 239.00	\$ 239.00	\$ 239.00	\$ 1,195.00	\$ 1,195.00
Mobiliario	10	\$ 1,350.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 675.00	\$ 675.00
Equipo de Oficina	10	\$ 1,240.00	\$ 124.00	\$ 124.00	\$ 124.00	\$ 124.00	\$ 124.00	\$ 620.00	\$ 620.00
Muebles y Enseres	10	\$ 500.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 250.00	\$ 250.00
Total Depreciación			\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00		\$ 2,740.00
Activo Diferido									
Gasto Constitución		\$ 370.00	\$ 74.00	\$ 74.00	\$ 74.00	\$ 74.00	\$ 74.00	\$ 740.00	
Gasto Intalación		\$ 1,000.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,000.00	
Total Amortización			\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00		

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la anterior tabla se ha calculado las depreciaciones y amortizaciones proyectada para los 5 años, en el cual esta detallado los gastos que se va realizar en el proyecto, con un valor de salvamento de \$ 2,740.00.

En cuanto a la amortización se realizó del gasto constitución y de instalación el cual también fue proyectada para los 5 años futuros.

3.10. Estudio costo operacional

3.10.1. Costos de producción

El costo de producción es indispensable identitaria ya que en ella interviene los rubros que son: materia prima, mano de obra y los gastos que son necesarios hacer para la creación del restaurante. Los cuales se determinará a continuación.

- **Materia prima**

Para determinar la cantidad de la materia prima para la respectiva elaboración de la comida rápida que venderá el restaurante, por el cual a continuación se encuentra la descripción de la cantidad a utilizar.

Tabla 38-3: Materia Prima Salchipapa

Salchipapas				
Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total
Papas	Gramos	120	\$ 0.001	\$ 0.12
Salchicha	Gramos	20	\$ 0.003	\$ 0.06
Ensalada	Gramos	25	\$ 0.005	\$ 0.13
Salsas	Gramos	25	\$ 0.004	\$ 0.10
Total				\$ 0.41

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Tabla 39-3: Materia Prima Hamburguesa

Hamburguesa				
Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Valor total
Pan	Gramos	30	\$ 0.004	\$ 0.12
Carne	Gramos	100	\$ 0.003	\$ 0.30
Papas	Gramos	120	\$ 0.001	\$ 0.12
Ensalada	Gramos	25	\$ 0.005	\$ 0.13
Salsas	Gramos	25	\$ 0.004	\$ 0.10
Total				\$ 0.77

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Tabla 40-3: Materia Prima Papi Pollo

Papi pollo				
Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Valor total
Pollo	Gramos	100	\$ 0.004	\$ 0.4
Papas	Gramos	120	\$ 0.001	\$ 0.12
PAPI CARNE				
Ensalada	Gramos	25	\$ 0.005	\$ 0.13
Salsas	Gramos	25	\$ 0.004	\$ 0.10
Total				\$ 0.75

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Tabla 41-3: Materia Prima Papi Carne

Papi carne				
Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total
Carne	Gramos	100	0.003	0.30
Papas	Gramos	120	0.001	0.12
Ensalada	Gramos	25	0.005	0.13
Salsas	Gramos	25	0.004	0.10
Total				0.65

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Tabla 42-3: Materia Prima Papi Huevo

Papi huevo				
Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Valor Total
Huevo	Gramos	60	\$ 0.003	\$ 0.18
Papas	Gramos	120	\$ 0.001	\$ 0.12
Ensalada	Gramos	25	\$ 0.005	\$ 0.13
Salsas	Gramos	25	\$ 0.004	\$ 0.10
TOTAL				0.53

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En las tablas anteriores de ha identificado la materia prima que se va utilizar para la producción, en el cual se encuentra identificado por unidades de gramos, la cantidad que se va utilizar y el valor total que se requiere para para cada una.

Tabla 43.3: Costo mensual de materia prima

Costo mensual de materia prima					
Materia Prima	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Valor total diario	Valor Mensual
Papas	gramos	50000	\$ 0.001	\$ 50.00	\$ 1,500.00
Salchicha	gramos	1200	\$ 0.003	\$ 3.60	\$ 108.00
Pan	gramos	1000	\$ 0.004	\$ 4.00	\$ 120.00
Carne	gramos	4500	\$ 0.003	\$ 13.50	\$ 405.00
Pollo	gramos	5600	\$ 0.004	\$ 22.40	\$ 672.00
Huevo	gramos	800	\$ 0.003	\$ 2.40	\$ 72.00
Ensalada	gramos	250	\$ 0.005	\$ 1.25	\$ 37.50
Salsas	gramos	250	\$ 0.004	\$ 1.00	\$ 30.00
Total					\$ 2,944.50

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior muestra la cantidad de materia prima que se necesita para la producción de manera mensual, y también el costo que va tener la misma la cual es de 2,944.50. y para poder identificar la cantidad y el costo anual se hará una multiplicación por los 12 meses del año.

- **Mano de Obra**

Tabla 44-3: Rol de Pagos

Rol de pagos					
Administración					
N°	Cargo	Ingreso	Descuentos		Valor a Pagar
		SBU	9,45%	Total, Descuento	
1	Gerente	500	47.25	47.25	452.75
Sub Total					452.75

Comercialización					
1	Mesero	400	37.8	37.8	362.2
Sub Total					362.2
Producción					
1	Cocinero	400	37.8	37.8	362.2
Sub Total					362.2
TOTAL		1300	122.85	122.85	1177.15

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Tabla 45-3: Rol de Provisiones

Rol de provisiones								
N°	Cargo	Base Imponible	Beneficios sociales					Total, Provisión
			Aporte IESS	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	
1	Gerente	\$ 500.00	\$ 60.75	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 20.83	\$ 41.67	\$ 198.25
2	Mesero	\$ 400.00	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 33.33	\$ 165.26
3	Cocinero	\$ 400.00	\$ 48.60	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 33.33	\$ 165.26
Total		\$1,300.00	\$157.95	\$ 108.33	\$ 99.99	\$ 54.17	\$ 108.33	\$ 528.77

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Tabla 463: Mano de obra directa proyectada

Mano de Obra Directa Proyectada						
N°	Cargo	1	2	3	4	5
1	Cocinero	6329.56	6337.37	6345.19	6353.02	6360.85
Total		6329.56	6337.37	6345.19	6353.02	6360.85

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Tabla 47-3: Mano de obra indirecta proyectada

Mano de Obra Indirecta Proyectada						
N°	Cargo	1	2	3	4	5
1	Gerente	7811.96	7819.77	7827.59	7835.42	7843.25
2	Mesero	6329.56	6337.37	6345.19	6353.02	6360.85
Total		14141.52	14157.14	14172.78	14188.44	14204.1095

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: en las tablas anteriores se realizó los cálculos del rol de pagos y rol de provisiones del personal que va intervenir en el funcionamiento del restaurante, de la misma manera se ha determinado la mano de obra directa e indirecta las cuales se proyectó para los 5 años.

- **Costo de producción Unitario**

Tabla 48-3: Costo de producción por cada producto

Salchipapas	
Materia Prima	\$ 0.41
Mano de obra directa	\$ 0.15
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 0.25
Total Costo	\$ 0.81
Hamburguesa	
Materia Prima	\$ 0.77
Mano de obra directa	\$ 0.15
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 0.25
Total Costo	\$ 1.17
Papi Pollo	
Materia Prima	\$ 0.75
Mano de obra directa	\$ 0.15
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 0.25
Total Costo	1.15
Papi Carne	
Materia Prima	\$ 0.65
Mano de obra directa	\$ 0.15
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 0.25
Total Costo	\$ 1.05
Papi Huevo	
Materia Prima	\$ 0.53
Mano de obra directa	\$ 0.15
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 0.25
Total Costo	\$ 0.93

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se encuentra el costo de producción por cada uno de los productos, en el cual se ha tomado en cuenta el costo de materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, dando como resultado el costo total al producir. El producto que más costo tiene es la hamburguesa con el \$1.17.

Tabla 49-4: Costo de Producción Proyectada

Costo de Producción					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$ 35,334.00	\$ 35,369.33	\$ 35,404.70	\$ 35,440.11	\$ 35,475.55
Mano de Obra Directa	\$ 6,329.56	\$ 6,335.89	\$ 6,342.23	\$ 6,348.57	\$ 6,354.92
Costos Indirectos de Fabricación					
Mano de Obra Indirecta	\$ 6,329.56	\$ 6,335.89	\$ 6,342.23	\$ 6,348.57	\$ 6,354.92
Gastos Generales de Fabricación					

Arriendo	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Internet	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Servicios básicos	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00
Útiles de Oficina	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00
Suministro de Limpieza	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
Depreciación	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00
Amortización	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00
TOTAL	\$ 54,065.12	\$ 54,113.11	\$ 54,161.15	\$ 54,209.24	\$ 54,257.38

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se ha desarrollado la proyección del costo de producción para los 5 años, en el cual intervienen rubros como la materia prima mano de obra directa, los costos indirectos de fabricación y los gastos de fabricación. En el año actual tiene un total de \$ 54,065.12 y el año 5 es de \$ 54,257.38.

3.9.2. Costo Fijo

Tabla 50-3: Costo Fijo Proyectado

Costo Fijo Anual						
Detalla	Mensual	Año 1	año2	año3	año4	año5
Gasto arriendo	\$ 250.00	\$ 3000.00	\$ 3000.00	\$ 3000.00	\$ 3000.00	\$ 3000.00
Gasto Sueldos y salarios	\$ 1,705.92	\$ 20,471.08	\$ 20,471.08	\$ 20,471.08	\$ 20,471.08	\$ 20,471.08
Gasto Depreciación	\$18.27	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00
Gasto amortización	\$ 9.13	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00
Gasto Servicios básicos	\$ 120.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00
Gasto Publicidad	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
TOTAL	\$ 1,983.01	\$ 26,333.08	\$ 26,333.08	\$ 26,333.08	\$ 26,333.08	\$ 26,333.08

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se encuentra los costos fijos proyectado para los 5 años, en la cual se encuentran los gastos de arriendo, salarios, depreciación, amortización, servicios básicos y publicidad. El año actual tiene un total de \$ 26,333.08 y en el año 5 es de \$ 26,333.08, porque se trata de costos fijos que se mantendrán en los 5 años.

3.9.2. Costo Fijo

Tabla 51-3: Costo Variable Proyectado

Costo Variable Anual						
Detalle	Mensual	Año 1	año2	año3	año4	año5
Gasto Financiero		\$ 728.84	\$ 364.42			
Materia Prima	\$ 2,944.50	\$ 35,334.00	\$ 35,369.33	\$ 35,404.07	\$ 35,440.11	\$ 35,475.55
Total		\$ 36,062.84	\$ 35,733.75	\$ 35,404.07	\$ 35,440.11	\$ 35,475.55

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se encuentra los costos variables proyectado para los 5 años, en la cual se encuentran el gasto financiero y la materia prima. El año actual tiene un total de \$ 36,062.84 y en el año 5 es de \$ 35,475.55

3.9.4. Ingresos

Tabla 52-3: Ingreso y su proyección

Ingresos							
Producto	Costo de producción	Margen de utilidad	Precio de venta	Unidades al día	Unidades mensuales	Unidades anuales	Ingreso anual
Salchipapa	0.81	40%	\$ 1.00	43	1286	15432	\$ 15,432.00
Hamburguesa	1.17	35%	\$ 1.65	36	1080	12962	\$ 21,387.30
Papi Pollo	1.15	25%	\$ 1.50	30	900	10801	\$ 16,201.50
Papi Carne	1.05	22%	\$ 1.50	17	509	6109	\$ 9,163.50
Papi Huevo	0.93	20%	\$ 1.15	16	481	5773	\$ 6,638.95
Total				142	4256	51077	\$ 68,823.25
Ingreso Proyectado							
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5			
\$ 68,823.25	\$ 70,199.72	\$ 71,603.71	\$ 73,035.78	\$ 74,496.50			

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: Según la tabla anterior se observa los ingresos que obtendrá el restaurante, ya que se ha determinado las unidades que se van a vender de forma diaria, mensual y anual es cual es de y según el precio se obtuvo el ingreso total anual de \$ 68,823.25. Posteriormente de realizo una proyección para los 5 años con el 10% que se ha considerado de la tasa de inflación.

3.11. Estados financieros

3.11.1. Balance General

Tabla 53-3: Balance General Proyectada

Balance general					
Activo					
activo Corriente	\$ 1,530.00	\$ 1,531.53	\$ 1,533.06	\$ 1,534.59	\$ 1,536.13
Total activo corriente	\$ 1,530.00	\$ 1,531.53	\$ 1,533.06	\$ 1,534.59	\$ 1,536.13
Tangible					
Maquinaria y Equipo	\$ 2,390.00	\$ 2,392.39	\$ 2,394.78	\$ 2,397.18	\$ 2,399.57
(-) Depreciación Acumulada	\$ 239.00	\$ 239.24	\$ 239.48	\$ 239.72	\$ 239.96
Mobiliario	\$ 1,350.00	\$ 1,351.35	\$ 1,352.70	\$ 1,354.05	\$ 1,355.41
(-) Depreciación Acumulada	\$ 135.00	\$ 135.14	\$ 135.27	\$ 135.41	\$ 135.54
Equipo de Oficina	\$ 1,240.00	\$ 1,241.24	\$ 1,242.48	\$ 1,243.72	\$ 1,244.97
(-) Depreciación Acumulada	\$ 124.00	\$ 124.12	\$ 124.25	\$ 124.37	\$ 124.50
Muebles y Enseres	\$ 500.00	\$ 500.50	\$ 501.00	\$ 501.50	\$ 502.00
(-) Depreciación Acumulada	\$ 50.00	\$ 50.05	\$ 50.10	\$ 50.15	\$ 50.20
Realizable					
Materia Prima	\$ 35,334.00	\$ 35,369.33	\$ 35,404.70	\$ 35,440.11	\$ 35,475.55
Total activo no corriente	\$ 40,266.00	\$ 40,306.27	\$ 40,346.57	\$ 40,386.92	\$ 40,427.31
Intangible					
Constitución	\$ 370.00				
Publicidad	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Total intangible	\$ 970.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Total activo	\$ 42,766.00	\$ 42,437.80	\$ 42,479.63	\$ 42,521.51	\$ 42,563.43
Pasivo					
Pasivo circulante	\$ 7,373.04	\$ 7,008.62	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Arriendo	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Interés por Pagar	\$ 728.84	\$364.42	-	-	-
Préstamo Bancario	\$ 3,644.20	\$ 3,644.20			
Salarios por pagar	\$ 20,471.08	\$ 20,491.55	\$ 20,512.04	\$ 20,532.55	\$ 20,553.09
Salarios	\$ 20,471.08	\$ 20,491.55	\$ 20,512.04	\$ 20,532.55	\$ 20,553.09
Total pasivo	\$ 27,844.12	\$ 27,500.17	\$ 23,512.04	\$ 23,532.55	\$ 23,553.09
Capital	\$ 11,340.83	\$ 11,115.96	\$ 14905.3	\$ 14918.35	\$ 14931.41
Utilidad del ejercicio	\$ 3,581.05	\$ 3821.66	\$ 4062.29	\$ 4070.61	\$ 4078.93

Total patrimonio	\$ 14,921.88	\$ 14,937.62	\$ 18,967.59	\$ 18,988.96	\$ 19,010.34
Total pasivo + patrimonio	\$ 42,766.00	\$ 42,437.80	\$ 42,479.63	\$ 42,521.51	\$ 42,563.43

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: Según la tabla anterior se observa el balance general en el cual se ha determinado las cuentas del Activo, pasivo y el patrimonio del proyecto. Posteriormente de realizo una proyección para los 5 años con el 10% que se ha considerado de la tasa de inflación. En el cual en el año actual en el total activo y total pasivo más patrimonio es de \$ 42,766.00 y en el año 5 un valor de \$ 42,563.43.

3.11.2. Estado de Resultados

Tabla 54-3: Estado de Resultado Proyectado

Estado de resultados					
Descripción	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 68,823.25	\$ 68,892.07	\$ 68,960.97	\$ 69,029.93	\$ 69,098.96
Costo de Ventas	\$ 54,065.12	\$ 54,113.11	\$ 54,161.15	\$ 54,209.24	\$ 54,257.38
Utilidad bruta en ventas	\$ 14,758.13	\$ 14,778.96	\$ 14,799.81	\$ 14,820.68	\$ 14,841.58
Gastos Operacionales					
Gasto Administración					
Sueldos y Salarios	\$ 7,811.96	\$ 7,819.77	\$ 7,827.59	\$ 7,835.42	\$ 7,843.25
Total Gasto Administración	\$ 7,811.96	\$ 7,819.77	\$ 7,827.59	\$ 7,835.42	\$ 7,843.25
Gasto Ventas					
Gasto Publicidad	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Total Gasto Venta	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Gasto Financiero					
Interés Préstamo	\$ 728.84	\$ 364.42			
Total Gasto Financiero	\$ 728.84	\$ 364.42			
Total Gasto Operacional	\$ 9,140.80	\$ 8,784.19	\$ 8,427.59	\$ 8,435.42	\$ 8,443.25
Utilidad Antes de Participación Trabajadores					
	\$ 5,617.33	\$ 5,994.77	\$ 6,372.22	\$ 6,385.26	\$ 6,398.32
15% participación trabajadores	\$ 842.60	\$ 899.22	\$ 955.83	\$ 957.79	\$ 959.75
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	\$ 4,774.73	\$ 5,095.55	\$ 5,416.39	\$ 5,427.47	\$ 5,438.57
25% Impuesto a la Renta	\$ 1,193.68	\$ 1,273.89	\$ 1,354.10	\$ 1,356.87	\$ 1,359.64
Utilidad del Ejercicio	\$ 3,581.05	\$ 3,821.66	\$4,062.29	\$ 4,070.61	\$ 4,078.93

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se muestra el estado de resultados, donde se determinada las ventas proyectadas para cinco años, el costo de ventas, los gastos operacionales, las participaciones del 15% y 25%, obteniendo la utilidad del ejercicio en la cual en el año actual es de \$ 3,581.05 y en el año 5 será de \$ 4,078.93.

3.11.3. Flujo de Efectivo

Tabla 55-3: Flujo de efectivo proyectado

Flujo de efectivo					
(=) Utilidad neta	\$ 3,581.05	\$ 3,821.66	\$ 4,062.29	\$ 4,070.61	\$ 4,078.93
(+) Depreciaciones	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00	\$ 548.00
(+) Amortizaciones	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00	\$ 274.00
(+) Valor residual activos fijos					\$ 2,740.00
(+) Recuperación del capital de trabajo	\$ 1,530.00	\$ 1,530.00	\$ 1,530.00	\$ 1,530.00	\$ 1,530.00
Flujo Neto de Efectivo	\$ 5,933.05	\$ 6,173.66	\$ 6,414.29	\$ 6,422.61	\$ 9,170.93

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se muestra el flujo de efectivo proyectado para los cinco años, en la misma intervienen rubros como la utilidad neta sumado las depreciaciones, amortizaciones, el valor residual y la recuperación del capital de trabajo. Dando como resultado el flujo neto de efectivo en el cual el año uno es de \$ 5,933.05 y el año cinco será de \$ 9,170.93.

3.12. Análisis de Rentabilidad

3.12.1. VAN

Tabla 56-3: Tasa de descuento

Tasa de descuento				
Fuentes de financiamiento	monto	Participación	Tasa interés	Kp descuento
Capital social	\$1,822.10	20%	4.00%	0.80%
Cooperativa Riobamba	\$7,288.40	80%	10.00%	8.00%
Total	\$9,110.50	100%		8.80%

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Tabla 57-3: Flujo de Caja actualizada

N°	Inversión	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Inversión Actualizada	Flujo de Caja Actualizado
0	\$ 9,110.50		1.00	\$ 9,110.50	
1		\$ 5,933.05	0.92		\$ 5,453.17
2		\$ 6,173.66	0.84		\$ 5,215.37
3		\$ 6,414.29	0.78		\$ 4,980.37
4		\$ 6,422.61	0.71		\$ 4,583.48
5		\$ 9,170.93	0.66		\$ 6,015.46
Totales				\$ 9,110.50	\$ 26,247.86

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

$$\text{VAN} = -\text{Inversión Inicial} + \frac{\text{Flujo neto 1}}{(1 + 8.80\%)^1} + \frac{\text{Flujo neto 2}}{(1 + 8.80\%)^2} + \frac{\text{Flujo neto 3}}{(1 + 8.80\%)^3} + \frac{\text{Flujo neto 4}}{(1 + 8.80\%)^4} + \frac{\text{Flujo neto 5}}{(1 + 8.80\%)^5}$$

Tabla 58-3: Cálculo VAN

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VAN=	\$ -8,142.50	\$ 5,012.10	\$ 4,405.83	\$ 3,867.01	\$ 3,271.00	\$ 3,945.70
VAN=	\$ 12,359.14					

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En las tablas anteriores se muestra los pasos para calcular en VAN. En el primer cuadro se encuentra la tasa de descuento que es de 8,80%, en el segundo cuadro se encuentra el flujo de caja actualizada la cual fue calculado con el mismo porcentaje de descuento. Y finalmente el cálculo del VAN con el flujo actualizado y la tasa de descuento, dando como resultado un VAN de \$ 12,359.14, este es un resultado positivo, da a entender que el proyecto a realizarse es factible.

3.12.2. TIR

Tabla 59-3: Cálculo del TIR

Periodo	Inversión	Flujo de Caja Actualizado
0	\$ 9,110.50	\$ (9,110.50)
1		\$ 5,453.17
2		\$ 5,215.37
3		\$ 4,980.37
4		\$ 4,583.48
5		\$ 6,015.46
Total		\$ 26,247.86
TIR = (valores; estimar)		
TIR=		50%

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En el cuadro anterior se muestra el cálculo realizado para el TIR. Donde se obtuvo un resultado del 50%, esto quiere decir, que el porcentaje es la que representa la tasa de rendimiento máximo que el restaurante podrá llegar a tenerla, en este caso es positiva y aceptable para la implementación del negocio sin ningún inconveniente.

3.12.3. Beneficio Costo

Tabla 60-3: Cálculo Beneficio Costo

Beneficio costo				
Año	Ingresos	Egresos	Ingresos actuales	Egresos
1	\$ 68,823.25	\$ 63,205.92	\$ 344,805.17	\$ 314,037.27
2	\$ 68,892.07	\$ 62,897.31		
3	\$ 68,960.97	\$ 62,588.75		
4	\$ 69,029.93	\$ 62,644.66		
5	\$ 69,098.96	\$ 62,700.64		
Relación beneficio costo			\$ 1.10	

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En la tabla anterior se refleja los ingresos y los egresos del proyecto, donde los ingresos son mayores que los costos, es decir el proyecto es factible, ya que la relación beneficio/costo es de \$1.10; es decir que por cada dólar que invierta se obtendrá un beneficio de \$0,10.

3.12.4. Periodo de Recuperación

Tabla 61-3: Periodo de Recuperación

Periodo de Recuperación			
Periodo	Inversión	Flujo de Caja	Flujo de Caja Acumulado
0	\$ 9,110.50		
1		\$ 5,933.05	\$ 5,933.05
2		\$ 6,173.66	\$ 12,106.71
3		\$ 6,414.29	\$ 18,521.00
4		\$ 6,422.61	\$ 24,943.61
5		\$ 9,170.93	\$ 34,114.54
PRI= $A + (b - c/d)$ PRI= $1 + (9,110.5 - 5,933.05) / 12,106.71$ PRI= 1.26245375 1 año 3 meses y 3 días			

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: Se ha demostrado mediante el cálculo del periodo de recuperación, que el proyecto va a recuperar su inversión en el periodo de un año y 3 meses y 3 días.

3.12.5. Punto de Equilibrio

Tabla 62-3: Costos Totales

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 68,823.25	\$ 68,892.07	\$ 68,960.97	\$ 69,029.93	\$ 69,098.96
Costos Fijos	\$ 26,333.08	\$ 26,333.08	\$ 26,333.08	\$ 26,333.08	\$ 26,333.08
Costos Variables	\$ 36,062.84	\$ 35,733.75	\$ 35,404.70	\$ 35,440.11	\$ 35,475.55
Costos Totales	\$ 131,219.17	\$ 130,958.91	\$ 130,698.75	\$ 130,803.11	\$ 130,907.58

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}\right)}$$

Tabla 63-3: Cálculo punto de equilibrio

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de Equilibrio	\$ 26,332.56	\$ 26,332.56	\$ 26,332.57	\$ 26,332.57	\$ 26,332.57

Elaborado por: Chávez, J. 2021.

Análisis: En el cuadro anterior se muestra el cálculo de los costos totales proyectado para los cinco años, mediante la fórmula del punto de equilibrio se obtuvo un resultado de 26,332.56 en el año actual y en el año quinto el 26,332.57, es decir, en este punto el negocio no tendrá pérdidas ni ganancias. A partir de ese ingreso serán las ganancias a obtener.

3.12.6. Ratios

- **Solvencia**

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{\$ 42,766.00}{\$ 27,844.12}$$

$$\text{Solvencia} = \$ 1.54$$

Análisis: Mediante en índice de solvencia se pudo determinar que el restaurante tiene la capacidad de recuperar, en este caso por cada dólar invertido tiene \$1.54 en el pasivo.

- **Liquidez**

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\$ 1,530.00}{\$ 7,373.04}$$

$$\text{Liquidez Corriente} = \$ 0.21$$

Análisis: Mediante el índice de liquidez se ha determinado que el restaurante tendrá 0.21 para poder respaldar el pago por cada dólar invertido de las deudas a corto plazo.

- **Endeudamiento**

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{27844.12}{42766} \times 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 65.11 \%$$

Análisis: Según el cálculo del índice de endeudamiento significa que por cada dólar que la empresa tiene invertido en activos, el 65,74%, han sido financiado por los acreedores externos.

- **Apalancamiento**

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\$ 27844.12}{\$ 14921.88}$$

$$\text{Apalancamiento} = \$ 1.9$$

Análisis: Según la ratio de apalancamiento del restaurante, se ha obtenido que por cada dólar del patrimonio la empresa mantiene deuda por \$1,90, esto implica que los acreedores tienen mayor participación en la empresa.

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio de mercado realizado, a través de las encuestas aplicada a los habitantes de la ciudad de Riobamba se obtuvo que existe una gran cifra de demanda insatisfecha, con el 96% de aceptación por parte de las mismas, dando como resultado que el proyecto de la creación del restaurante de comida rápida “Rapi Delicias” es factible realizar.
- Una vez identificada la demanda insatisfecha, se realizó los estudios que son: técnicos, administrativo y legal, los cuales fueron importantes al momento de estructurar de forma adecuada el proyecto de emprendimiento, como el elaborar los procesos de producción, los organigramas estructurales y de funciones, e identificando los requisitos legales para el funcionamiento del negocio.
- A través del estudio financiero se pudo determinar que los resultados fueron positivos y que es factible llevar a cabo el proyecto, con un TIR de 50%, el VAN \$12.359.14, el costo beneficio es de 1.10 y el periodo de recuperación de la inversión será en un periodo de 1 año, 3 meses y 3 días.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que para poder cubrir con la demanda insatisfecha existente en el sector es necesario buscar y mantener la creatividad en la producción y servicio que ofrece el restaurante, ofertando con una buena calidad a las exigencias de gustos y preferencias de los clientes de Riobamba.
- Se sugiere que es necesario realizar de manera permanente la actualización del estudio técnico, administrativo y legal, ya que esto permitirá mejorar porque son herramientas esenciales para que el restaurante pueda tener una buena marcha, cumpliendo con todas las normas establecidas en las funciones, además se recomienda tener un representante legal para los trámites necesarios hacer posteriormente.
- Es recomendable mantener un control financiero del negocio ya que esto permitirá que los gastos concuerden al presupuesto que se requiera, también según los resultados obtenidos se determinó que el proyecto tiene viabilidad, por el cual se recomienda realizar la implementación del restaurante de comida rápida “Rapi Delicias” en la ciudad de Riobamba entre las calles Londres y Bucarest.

BIBLIOGRAFÍA

- Allaica, G. T. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de la cafetería “temática cupcakes” en la ciudad de Alausí, provincia de Chimborazo*. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/14012/1/22T0554.pdf>
- Arévalo Avecillas, D. X. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>
- Argota, Y. D. (2017). *Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos*. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>
- Barona, D. (2018). *Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica del cantón Guano, en la parroquia de San Gerardo, 2018*. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/11671>
- Cardenas, M. V. (2016). *“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Tulcán”*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/8740>
- Castañeda, A. (2019). *Definición de Precio*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Precio%2C%20Seg%C3%BAn%20Diversos,por%20un%20producto%20o%20servicio.&text=El%20valor%20de%20un%20producto,imagen%20que%20percibe%20el%20consumidor.>
- Cepeda Benitez, M. C. (2011). *Estudio administrativo: en qué consiste y otros aspectos interesantes*. Obtenido de https://es.overblog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes1228321767-art257005.html

- Chuquiguango, N. (2015). *estructuración del organigrama, elaboración del manual de funciones y manual de políticas interno*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7760/1/UPS-CT004613.pdf>
- Córdova, L. (2020). *La Segmentación del Mercado*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>
- Crear, “. p. (2018). *Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11016/1/T-UCSG-POS-MAE-187.pdf>
- Crespo, F. A. (2018). *“Registro único de contribuyentes como instrumento de control de actividades económicas”*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/872/1/a81.pdf>
- Cruz, M. (2015). *Elaboración del menú en servicios de alimentación y gastronomía*. Antioquia: Universidad de Antioquia.
- Española, R. A. (2015). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa.
- Espinosa, V. G. (2018). *La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6233/1/T2664-MAE-Bastidas-La%20estructura.pdf>
- Fischer, L. (2015). *Mercadotecnia*. Bogotá: Prentice.
- Geographic, n. (2018). *Así inició la comida rápida*. Obtenido de <https://www.ngenespanol.com/el-mundo/asi-inicio-la-comidarapida/>
- Hernández, A. H. (2018). *Estudio de prefactibilidad técnico-económico para la implementación de un centro de distribución logístico para las comunas de chaitén, palena y futaleufú*. Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2018/bpmm677e/doc/bpmm677e.pdf>

- Hernández, J. A. (2019). *Instrumentos para evaluar*. Obtenido de <https://docentesaldia.com/2019/09/15/instrumentos-para-evaluar-a-los-alumnos-ejemplos-de-guia-de-observacion-diario-de-clase-registro-anecdótico-y-escala-de-actitudes/>
- Israel, M. Q. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>
- López Gómez, E. (2016). *En torno al concepto de competencia: un análisis de fuentes*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/567/56745576016.pdf>
- López, D. X. (2018). *Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida típica del cantón Guano, en la parroquia de San Gerardo, 2018*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11671>
- Martínez, K. (2019). *El Ecuador y el emprendimiento*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/336577692_el_ecuador_y_el_emprendimiento
- Muñoz, T. G. (2019). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. Obtenido de http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf
- Ocampo, D. A. (2018). *“Proyecto de factibilidad”*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/234586799.pdf>
- Olmedo, P. (2018). *El empleo en el Ecuador - Una mirada a la situación y perspectivas para el mercado laboral actual*. Obtenido de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/14525.pdf>
- Ruiz, C. d. (2017). *Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/836-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3298-1-10-20171218.pdf>

- Sisa, S. E. (2017). *"Estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida típica de la serranía ecuatoriana en el centro turístico Achik ñan, de la comunidad Chimborazo parroquia San Juan"*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/11545>
- Tavira, E. G. (2015). *Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87041161004.pdf>
- Torres, A. (2017). *Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6430961.pdf>.
- Villagrán, J. A. (2019). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: UN ENFOQUE PRÁCTICO*. Obtenido de <http://cimogsys.espoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-091921132963%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoque%20pra%CC%81ctico.pdf>
- Yacelga, D. (2016). *Elaboración de un manual de procesos de cocina y servicio para el restaurante "pollos para ti" de segunda categoría en la ciudad de Quito*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16197/1/67376_1.pdf

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA SOBRE EL CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE FINANZAS

ENCUESTA

OBJETIVO:

Esta encuesta tiene como finalidad de conocer los gustos y preferencias de los consumidores para la de apertura de un restaurante de comida rápida.

Edad:

Género: Hombre..... Mujer.....

- 1. ¿Usted consume comida rápida?**
 - a) Si
 - b) No
- 2. ¿Con que frecuencia consume comida rápida?**
 - a) Diario
 - b) Semanal
 - c) Mensual
 - d) Semestral
- 3. ¿En que se fija usted al momento de comprar la comida rápida?**
 - a. Marca
 - b. Precio
 - c. Calidad de producto
 - d. Atención al cliente
 - e. Ubicación
- 4. ¿Cuáles son productos de comida rápida que usualmente usted adquiere?
(Seleccione las que usted considere necesarias)**
 - a) Salchipapas
 - b) Hamburguesas
 - c) Papi carne
 - d) Papi Pollo
 - e) Papi huevo
 - f) Hot Dogs

5. Seleccione un presupuesto estimado para el consumo en un restaurante de comida rápida

	\$2,00-\$6,00	\$7,00-\$11,00	\$12,00-\$16,00
Diariamente			
Semanalmente			
Quincenal			
Mensualmente			

6. ¿Cuál es el método mediante el cual realiza sus compras?

- a) Física
- b) Virtual

7. ¿Cuál es el método mediante el cual realiza su pago por la comida rápida?

- a) Efectivo
- b) Tarjeta de Crédito
- c) Transferencia bancaria
- d) Tarjeta de débito

8. ¿Qué valor agregado le gustaría que ofrezca este restaurante de comida rápida?

- a) Promociones y ofertas
- b) Variedad de productos
- c) Servicio a Domicilio

9. ¿En qué medio de comunicación le gustaría recibir información acerca del restaurante?

- a) Redes Sociales
- b) Radio
- c) Televisión
- d) Otros.....

10. En donde compra usted la comida rápida

- a) Paseo Shopping
- b) KFC
- c) Corcel Negro
- d) Bellavista Burger
- e) En su barrio

11. ¿Usted consumiría comida rápida en un restaurante ubicado por Sixto Durán Ballén?

- a) Si
- b) No