



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

## **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE  
LATACUNGA BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE”**

Proyecto de Factibilidad presentado previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

**Autor:**

Cando Cando Aylin Cristiniani

**Tutor:**

Mgs. Martínez Freire Maira Natalia

**Latacunga – Ecuador**

**Febrero 2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORIA

Yo, **Cando Cando Aylin Cristiniani** con cedula de ciudadanía No. **050376723-8** declaro ser autor del presente **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE”** siendo la **Mgs. Martínez Freire Maira Natalia** tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certificamos que las ideas, conceptos, procedimiento y resultados vertidos en el presente trabajo de investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Latacunga, febrero 28 del 2024



Cando Cando Aylin Cristiniani

C.C: 0503767238

## **CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR**

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **CANDO CANDO AYLIN CRISTINIANI**, identificado con cédula de ciudadanía No. **0503767238** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.** -**LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Administración de Empresas, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE"** la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

### **Historial Académico**

Inicio de la carrera: Marzo 2020 – Septiembre 2020

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 16 de noviembre del 2023

Tutor: Mg. Martínez Freire Maira Natalia

Tema: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE"**

**CLÁUSULA SEGUNDA.** - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

**CLÁUSULA TERCERA.** - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

**CLÁUSULA CUARTA.** - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a. La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b. La publicación del trabajo de grado.

- c. La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d. La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e. Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

**CLÁUSULA QUINTA.** - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

**CLÁUSULA SEXTA.** - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD.** - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

**CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

**CLÁUSULA NOVENA.** - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

**CLÁUSULA DÉCIMA.** - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

**CLÁUSULA UNDÉCIMA.** - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 28 días del mes de febrero del 2024.

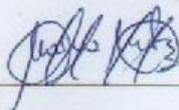
  
CANDO CANDO AYLIN CRISTINIANI  
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D  
LA CESIONARIA

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

En calidad de Tutor del Trabajo de Emprendimiento sobre el título: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE”** del estudiante: **Cando Cando Aylin Cristiniani**, de la carrera de **Administración de Empresas**, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 28 de febrero de 2024



**Mgs. Martinez Freire Maira Natalia**

CC: 1712507761

**TUTOR**

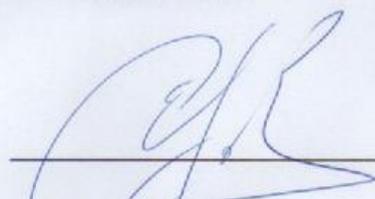
## AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Emprendimiento de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, los postulante **Cando Cando Aylin Cristiniani** con el título de Proyecto de Emprendimiento: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

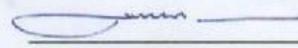
Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, febrero 28 del 2024

Para constancia firman:



Ing. Efrén Montenegro  
CC: 050229992  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



Phd. Walter Navas  
CC: 050147505-7  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



Ing. Pablo Herrera  
CC: 050169025-9  
**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

### ***AGRADECIMIENTO***

Doy gracias a Dios por darme la fuerza y fortaleza para continuar mis estudios y con su amor y misericordia infinita permite que día a día siga viendo la luz y así disfrutar del amor incondicional de mi familia.

Dios me da la fuerza y coraje cuando me siento derrotado y es precisamente quien me ha permitido llegar hasta este punto.

Quiero agradecer a mis padres Diego Cando y Norma Cando por ser un pilar fundamental, por brindarme su amor e inculcarme valores y apoyarme en todo momento, logrando así que sientan orgullosos al final de mi carrera universitaria.

*Aylin Cando*

### ***DEDICATORIA***

El presente proyecto va dedicado a mis queridos padres Norma Cando y Diego Cando que con su esfuerzo y dedicación me supieron guiar por el camino del bien me han ayudado a seguir adelante en los momentos más difíciles.

Dándome siempre su apoyo incondicional. Por otra parte, a mis hermanos Génesis y Tony Cando

Quienes me brindaron su apoyo moral y nunca abandonarme en los momentos más difíciles. En especial también a la persona muy especial que es mi novio Anderson Tercero que llego a conocerme en la mitad de mi ciclo académico, y con su amor, comprensión, ternura siempre me ha estado apoyándome en los momentos más difíciles.

***Aylin Cando***

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Latacunga – Ecuador

### TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE”

### Autor:

Cando Cando Aylin Cristiniani

### RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de una sucursal de las “Chanchi Papas” en la ciudad de Latacunga, Parroquia Eloy Alfaro, Barrio El Ejido, lo cual constituye una herramienta importante que permite conocer si el nuevo negocio tendrá aceptación por el mercado al cual está dirigido. De tal manera en dicho local se ofrecerá variedad de platos de comida rápida como papas fritas acompañadas de pollo, salchicha, Nuggets o mixtas, además de Hot dogs y dorilocos, a fin de satisfacer los gustos de los clientes. Es así que para la ejecución del proyecto se utilizó la metodología descriptiva y analítica a través de técnicas de recolección de datos como la observación y la encuesta, las mismas que permitieron identificar que tan factible será la creación de una sucursal de comida rápida, por lo que se tomó en cuenta la población del sector investigado que fue de 30661 habitantes, y mediante la ejecución de un muestreo probabilístico cual dio resultado un total de 379 habitantes a quienes se aplicó las encuestas, arrojando que de acuerdo a la primera pregunta de la encuesta el 97% de los habitantes del sector consumen comida rápida, por lo que la inversión inicial será de \$24349 y la utilidad será de \$9.224,72 en el primer año y a los cinco años será de \$10.441,67 con un Valor Actual de Neto (VAN) 8.315,73, con una tasa interna de retorno (TIR) del 28%, lo cual indica que el negocio es factible y tendrá gran aceptación por los clientes.

**Palabras clave:** Factibilidad, estudio de mercado, competencia, organización, estudio financiero, punto de equilibrio

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Latacunga – Ecuador**

**THEME:**

“FEABILITY PROJECT FOR BRANCH CREATION OF LAS CHANCHI PAPAS IN LATACUNGA CITY, EL EJIDO SAN FELIPE NEIGHBORHOOD”

**Authors:**

Cando Cando Aylin Cristiniani

**ABSTRACT**

The purpose of this project is to determine feasibility of creating a Chanchi Papas branch in Latacunga city Eloy Alfaro Parish, El Ejido neighborhood, which constitutes an important tool that allows to know if the new business will be accepted by the directed market. In this way, this location will offer a variety of fast food dishes such as French fries accompanied by chicken, sausage, Nuggets or mixed dishes, in addition to Hot dogs and Dorilocos, in order to satisfy customers tastes. Thus, for the execution of the project, the descriptive and analytical methodology were used through data collection techniques such as observation and survey, which allowed to know the population of 30,661 inhabitants at the investigated sector, for which A probabilistic sampling was carried out, from in a total of 379 surveys, a 97% of people in the area consume fast food, so the initial investment will be \$24,349 and the profit will be \$9.224,72 in the first year and after five years it will be \$10.441,67 with a Net Present Value (NPV) of 8.315,73, with an internal return rate (IRR) of 28%, which indicates business feasibility and it will have great acceptance by customers.

**Keywords:** Feasibility, market study, competition, organization, financial study, break-even point

## *AVAL DE TRADUCCIÓN*

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma inglés del proyecto de emprendimiento cuyo título versa: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE”** presentado por: **Cando Cando Aylin Cristiniani**, egresada de la Carrera de: **Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, 29 de febrero del 2024

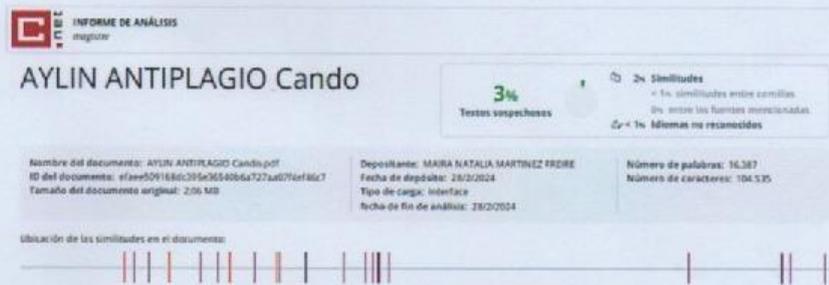
Atentamente,

  
Mg. Paeheco Pruna Edison Marcelo  
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC  
CI: 050261735-0



## CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Emprendimiento con el tema: “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LAS CHANCHI PAPAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA BARRIO EL EJIDO SAN FELIPE**”, de **Cando Cando Aylin Cristiniani**, de la carrera de **Administración de Empresas**, remito la captura de pantalla del reporte del sistema de reconocimiento de texto Compilatio, con un porcentaje de coincidencias del 3%; y, expreso una vez más, mi conformidad en cuanto a la dirección del trabajo de titulación.



Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Latacunga, 28 de febrero de 2024

  
Mgs. Martínez Freire Maira Natalia  
C.C.: 1712507761  
TUTORA

  
MIRA MARTINEZ FREIRE  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
REVISADO

## Contenido

1. INTRODUCCIÓN .....	2
2. DESARROLLO .....	3
2.1 Idea del negocio .....	3
2.2 Planteamiento del Problema .....	4
2.2.1 Formulación del problema.....	4
2.2.2 Justificación .....	5
2.3 Alcance .....	5
2.4 Limitaciones.....	6
2.5 Beneficiarios .....	6
2.6 Objetivos del Proyecto .....	6
2.6.1 Objetivo General.....	6
2.6.2 Objetivos Específicos .....	6
2.7 Actividades en relación a los objetivos planteados.....	7
2.8 Cronograma de actividades.....	8
3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9
3.1 Antecedentes .....	9
3.2 Marco referencial .....	11
3.2.1 Empresa .....	11
3.2.2 Sucursal .....	11
3.2.3 Comida rápida.....	12
3.2.4 Restaurante de comida rápida.....	12
3.2.5 Factibilidad .....	13
3.2.6 Proyecto de factibilidad .....	13
4 METODOLOGÍA .....	26
4.1 Enfoque de la investigación .....	26
4.2 Métodos de investigación .....	26
4.3 Técnicas de investigación .....	27
4.4 Instrumentos.....	28
4.5 Población.....	28
4.6 Muestra .....	28

5	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	30
5.1	Cuadro de observación.....	30
6	PROPUESTA .....	41
6.1	Naturaleza del Proyecto .....	41
6.1.1	Nombre de la empresa .....	41
6.1.2	Giro de la empresa.....	41
6.1.3	Ubicación y tamaño esperado de la empresa.....	41
6.1.4	Misión.....	42
6.1.5	Visión.....	42
6.1.6	Descripción de los productos o servicios.....	42
6.1.7	Análisis de la industria.....	44
6.1.8	Ventajas Competitivas .....	44
6.2	Estudio de mercado.....	45
6.2.1	Características del segmento del mercado .....	45
6.2.2	Demanda potencial .....	46
6.2.3	Estudio de la competencia .....	46
6.2.4	Conclusiones del estudio de mercado.....	49
6.2.5	Selección del sistema de distribución.....	49
6.2.6	Diseño del empaque del Producto .....	50
6.2.7	Costeo del producto .....	50
6.2.9	Acciones para introducir el producto al mercado .....	52
6.2.10	Pronóstico de ventas .....	53
6.3	Estudio Técnico .....	53
6.3.1	Especificaciones del producto .....	53
6.3.2	Descripción del proceso de producción.....	53
6.3.3	Diagrama de flujo del proceso.....	55
	Preparación Dorilocos .....	58
6.3.4	Capacidad instalada de la planta.....	59
6.3.5	Ubicación de la empresa.....	59
6.3.6	Equipo e Instalaciones .....	61
6.3.7	Distribución de la planta.....	63
6.3.8	Plan agregado de producción.....	65
6.3.9	Materia Prima .....	65
6.3.10	Manejo de inventarios .....	65

6.4	Organización .....	66
6.4.1	Organigrama de la empresa .....	66
6.4.2	Mano de obra requerida.....	66
6.4.3	Perfil y descripción del puesto.....	66
6.5	Estudio Financiero .....	68
6.5.1	Depreciaciones.....	68
6.5.2	Estados financieros proyectados.....	69
6.5.3	Punto de equilibrio.....	70
6.5.4	Capital de trabajo.....	70
6.5.5	Sistema de financiamiento.....	71
6.5.6	Evaluación económica.....	71
	Bibliografía.....	74

#### Índice de Ilustraciones

Ilustración 1:	Proyecto de factibilidad .....	14
Ilustración 2:	Simbología de un diagrama de flujo.....	19
Ilustración 3:	Fórmula del capital de trabajo .....	24
Ilustración 4:	Fórmula del VAN .....	25
Ilustración 5:	Fórmula Tasa interna de retorno .....	25
Ilustración 6:	Fórmula de la muestra .....	29
Ilustración 7:	Consumo de comida rápida .....	31
Ilustración 8:	Frecuencia de comida rápida.....	32
Ilustración 9:	Comida rápida .....	33
Ilustración 10:	Productos que más se consume .....	34
Ilustración 11:	Ubicación del local de comida rápida .....	35
Ilustración 12:	Locales en el sector El Ejido .....	36
Ilustración 13:	Ofrecimiento de comida rápida .....	37
Ilustración 14:	Aceptación del local .....	38
Ilustración 15:	Importancia de elegir un local .....	39
Ilustración 16:	Importancia de la publicidad .....	40
Ilustración 17:	Distribución directa .....	50
Ilustración 18:	Distribución indirecta.....	50
Ilustración 19:	Macro localización .....	60

Ilustración 20: Micro localización.....	60
Ilustración 21: Distribución de la planta.....	64

## INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1 Título del proyecto:

Proyecto de factibilidad para la creación de una sucursal de las Chanchi Papas en la ciudad de Latacunga, barrió El Ejido San Felipe.

**1.2 Fecha de inicio:** 13 de abril del 2023

**1.3 Fecha de finalización:** 15 de marzo del 2024

### 1.4 Lugar de ejecución:

Barrio El Ejido, parroquia Eloy Alfaro, cantón Latacunga, provincia Cotopaxi zona 3.

### 1.5 Facultad que auspicia:

Facultad de Ciencias Administrativas

### 1.6 Carrera que auspicia:

Administración de Empresas

**1.7 Proyecto vinculado a:** No aplica

### 1.8 Equipo de trabajo

Mgs. Martínez Mayra

Tutora Académica

Cando Aylin

Estudiante

### 1.9 Área de conocimiento:

Ciencias sociales, educación comercial y derecho

### 1.10 Línea de investigación:

Administración y economía para el desarrollo sostenible de organizaciones

### 1.11 Sublíneas de investigación de la carrera:

Gestión e innovación empresarial.

## 1. INTRODUCCIÓN

En el Ecuador existe diversidad de restaurantes y locales de comida rápida, un ejemplo claro es en la provincia de Cotopaxi, en la ciudad de Latacunga donde cada vez se ha ido aumentando la creación de dichos locales ofreciendo variedad de platos de comida rápida, los mismos que hoy en día se han convertido en el sector favorito tanto por parte de los emprendedores debido a que la comida rápida se caracteriza por su fácil y sencilla preparación donde no se requiere mucho tiempo y por parte de los consumidores ya que los precios de estos platos son económicos y se ajustan a las necesidades de todas las habitantes logrando así la satisfacción y cumplimiento de sus expectativas.

Por esta razón los emprendedores cada vez van en crecimiento y son más audaces a la hora de ofrecer y comercializar sus diferentes productos, por lo que varios negocios emplean variedad de estrategias que son de ayuda para obtener clientes y ser aceptados dentro del mercado. Es así que el presente proyecto hace referencia a la factibilidad de crear un restaurante de comida rápida en el sector El Ejido donde la mayor parte de los habitantes y personas que visitan dicho sector consumen comida rápida debido a que es una zona comercial por la existencia de la Universidad Técnica de Cotopaxi donde los estudiantes son los principales clientes y consumidores de los alimentos que se ofrecen por el sector y sus alrededores.

Tomando en consideración estos aspectos se pretende identificar la viabilidad para la creación de un local de comida rápida el mismo que se caracteriza por disponer de variedad de platillos sin enfocarse en uno solo el cual el más típico son las papas fritas, además de ofrecer un lugar confortable para los clientes donde puedan consumir los alimentos de forma tranquila y pasar un momento ameno con amigos y familiares.

De tal manera en el presente proyecto se toma en consideración varios aspectos que permitirán conocer la factibilidad del negocio como la naturaleza de este, la cual se basa a la identificación del mercado hacia donde se va a enfocar y los requerimientos necesarios para su creación, además se toma en cuenta factores técnicos los mismos que hacen referencia los elementos necesarios para la producción como la maquinaria, materia prima, además de la organización que se caracteriza por ser la parte más importante donde se detalla quienes son las personas que van a dirigir el negocio y cada una de sus áreas y finalmente la parte financiera que da a conocer que tan factible es el local de comida rápida y la aceptación que va a tener.

## 2. DESARROLLO

### 2.1 Idea del negocio

La idea del negocio parte de la necesidad de crear una sucursal del restaurante de comida rápida conocida como “Chanchi papas” cuya matriz se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, en la ciudad de Latacunga entre las calles Quito y Félix Valencia, la misma que cuyo éxito radica en ofrecer variedad de tipos de comida rápida entre papas fritas, hot dogs y dorilocos, los mismos que se caracterizan por estar compuestos de diversos alimentos y sobre todo por tener precios cómodos y accesibles de acuerdo para los clientes, además su éxito es por el sabor de los productos, calidad y sobre todo el sabor.

Tomando en cuenta estos aspectos la sucursal del restaurante de comida rápida se ubicará en cambio en el sector El Ejido barrio San Felipe, donde el consumo de la comida rápida se ha convertido en un hábito social para todas las personas pero en especial para los estudiantes de las instituciones cercanas, dicho restaurante no solo se enfocará en un solo tipo de comida rápida si no que ofrecerá un menú muy variado de platos de comida rápida al igual que el negocio matriz, a fin satisfacer y cumplir con las necesidades del mercado al cual está dirigido.

Por otra parte, la sucursal que se pretende crear será un lugar acogedor y cálido teniendo mesas y sillas confortables donde los clientes puedan reunirse tranquilamente para pasar un momento ameno libre de tensión, y podrán distraerse mediante el uso de juegos, videos, y sobre todo contarán con música de relajamiento, todo esto con la finalidad de cumplir con las expectativas de los clientes y el negocio sea muy aceptado en la sociedad.

Finalmente, el restaurant de comida rápida podrá diferenciarse de la competencia al disponer de personal altamente capacitado, competente y con experiencia en atención al cliente ofreciendo rapidez al momento de entregar los pedidos solicitados, aplicando así un enfoque personalizado para los horarios de atención al cliente, los mismos que serán de 9am a 10pm de lunes a viernes. Y para darse a conocer el negocio se empleará estrategias de marketing, publicidad y promoción de los platillos que se ofertarán mediante la implementación de algunas ventajas de la tecnología con las que se cuenta en la actualidad como el uso del internet y páginas que ayudarán a promocionar el local, además los pagos serán de dos formas la primera mediante transferencias, pagos con tarjetas y la otra en efectivo. Estas estrategias de venta servirán para atraer a los clientes, mejorar el proceso del restaurante y generar mayor confianza con el consumidor, así como con las ideas creativas que se aplicara en el restaurante.

## **2.2 Planteamiento del Problema**

En nuestro país Ecuador la cantidad de restaurantes, locales y sitios de comida rápida han incrementado notablemente desde el último censo realizado por el INEC donde da a conocer que existe 8082 locales de comida rápida, pero por lo general estos se centran en un solo tipo de platillo, los más comunes son las salchi papas, papi pollo y las papas con carne las cuales son de varios precios de acuerdo a la necesidad de los consumidores, en dichos locales muchas veces no cuentan con un espacio apropiado donde los clientes puedan pasar un momento de tranquilidad y a gusto con amigos o familiares, provocando así que exista bastante insatisfacción del mercado en este tipo de comidas.

Es así que la provincia de Cotopaxi los restaurantes de comida rápida han pasado por un proceso de aceleración, donde varias personas se han dedicado a la comercialización de papas fritas sin tomar en consideración el lugar de atención para los consumidores además de no contar con el personal apto y capacitado para esta área, lo cual ha ocasionado el descontento y la pérdida de clientes, pero sobre todo ha ocasionado que haya una disminución económica en las ventas de los sitios de comida rápida ya que el servicio prestado no es de óptima calidad.

Un ejemplo claro son los restaurantes, locales y puestos de comida rápida ubicados en el sector El Ejido de la ciudad de Latacunga, los cuales mediante un estudio de mercado a través de la observación existen alrededor de 13 sitios de los cuales existen algunos que son muy limitados ya que ofrecen espacios pequeños y poco convenientes para los clientes, además no cuentan con personal apto que ofrezca atención adecuada y rápida y sobre todo no disponen de un menú variado, obligando así a los consumidores a ceñirse a la oferta de un solo platillo, por otra parte estos locales no se encuentran correctamente ubicados por lo que no tienen un horario de trabajo establecido, es decir hasta la noche donde existe estudiantes y personas externas que desean consumir papas, provocando que dichos negocios no sean competitivos en relación con otros y así no se pueda satisfacer las necesidades de los clientes evitando así el crecimiento económico, lo cual origina que mejor se de origen a la escasa venta del producto causando así la pérdida de clientes y a veces el cierre total del negocio.

### ***2.2.1 Formulación del problema***

¿De qué manera la creación de un restaurante conocido como “Chanchi Papas” será factible en el sector El Ejido de la ciudad de Latacunga?

### **2.2.2 Justificación**

El presente proyecto pretende aportar de manera positiva al sector social al cual está dirigido, ya que se orienta en la creación de una sucursal de un restaurante de comida rápida conocido como “Chanchi papas”, el mismo que es muy aceptado en su ubicación matriz ya que su éxito radica en la variedad de su menú, sabor, características del producto, el mismo que contiene varios tipos de alimentos de fácil y rápida preparación además de ajustarse a las necesidades de los clientes.

De tal manera la sucursal que se pretende crear estará ubicado en el sector El Ejido, el mismo que tiene como fin proporcionar un ambiente acogedor y moderno a diferencia de los demás sitios y locales de comida rápida existentes ya en dicho lugar. Es así que la sucursal “Chanchi papas” buscará mejorar la atención para los consumidores provocando un gran impacto en la sociedad, es así que se va a enfocar en disponer de un menú variado donde se ofrecerá diversos tipos de comida rápida sin centrarse en uno solo platillo, y dicho local tendrá un horario establecido hasta la noche logrando de este modo la satisfacción de los clientes y sobre todo cumplir sus expectativas, además que aportará al crecimiento del negocio.

Por tal motivo, la creación de la sucursal del restaurante de comida rápida nace como una idea de emprendimiento tomando en consideración aspectos relevantes para atraer y mantener fijos a los clientes, uno de los factores importantes que influyen en el negocio es que se cuente con personal apto y calificado principalmente para brindar una atención rápida y de calidad.

Y finalmente otro factor que influye positivamente es la innovación por lo que se basará en promover el cambio y el mejoramiento continuo ya que se empleará el uso de aplicaciones que permitirán una mayor organización a fin de reducir el tiempo de espera en los pedidos y los precios serán adecuados al plato escogido por el consumidor y al sector en el cual estará ubicado el restaurante, proporcionando de este modo un espacio de relajación y tranquilidad llegando a alcanzar una gran aceptación a nivel de los clientes.

### **2.3 Alcance**

Mediante el presente proyecto de emprendimiento se va a identificar la factibilidad para la creación de una sucursal de las “Chanchi Papas” en el sector El Ejido, con la finalidad de obtener información relevante que ayude a conocer la aceptación que puede tener el local,

ofreciendo variedad de platos de comida rápida que cumplan con las expectativas de los clientes y así satisfacer sus necesidades.

## **2.4 Limitaciones**

La falta de cooperación por parte de los estudiantes y moradores del sector, quienes aportarán con información útil sobre sus gustos y relacionados a la comida rápida, además de los precios de acuerdo a sus posibilidades.

## **2.5 Beneficiarios**

En el presente proyecto los beneficiarios directos son todos los estudiantes, profesores, personal administrativo y de servicios, que transitan por el barrio Ejido y demás moradores del sector, quienes contarán con el servicio de comida rápida tomando en cuenta varios platos sin enfocarse en uno solo.

Por otra parte, los beneficiarios indirectos serán los encargados del local, quienes proporcionarán el servicio de comida rápida y tendrán beneficios económicos por el servicio ofertado a sus clientes.

## **2.6 Objetivos del Proyecto**

### ***2.6.1 Objetivo General***

Determinar la factibilidad de la implementación de una sucursal de las “Chanchi Papas” en la ciudad de Latacunga en el sector del Ejido

### ***2.6.2 Objetivos Específicos***

- Fundamentar teóricamente el proyecto de estudio de viabilidad, sus etapas e importancia.
- Analizar la competencia existente en el sector El Ejido a través de la identificación de las ventajas y desventajas con relación a los demás sitios de comida rápida
- Estimar el grado de aceptación del proyecto mediante el análisis financiero para determinar la implementación de la sucursal.

## 2.7 Actividades en relación a los objetivos planteados.

OBJETIVOS	ACTIVIDAD	RESULTADO DE LA ACTIVIDAD	TÉCNICA O INSTRUMENTO
Fundamentar teóricamente el proyecto de estudio de viabilidad, sus etapas e importancia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recopilar información útil e importante mediante revisión bibliográfica, artículos científicos y libros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redacción del proyecto con información real, confiable y sustentada claramente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación y desarrollo del marco teórico</li> </ul>
Analizar la competencia existente en el sector El Ejido a través de la identificación de las ventajas y desventajas con relación a los demás sitios de comida rápida	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación clara de la competencia tomando en cuenta ventajas y desventajas</li> <li>Recolección y análisis de datos relacionados con la propuesta de negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Negocios claramente identificados a fin de mejorar sus actividades</li> <li>Datos verídicos de las necesidades que tienen los clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación de las necesidades del entorno.</li> <li>Encuesta realizada a los posibles clientes y personas que habitan alrededor de donde será ubicado.</li> </ul>
Estimar el grado de aceptación del proyecto mediante el análisis financiero para determinar la implementación de la sucursal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinación de indicadores de factibilidad aplicado al modelo de negocio propuesto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Obtención del resultado de los indicadores que permiten saber si es factible el negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio financiero y análisis de los datos.</li> </ul>

*Elaborado por:* Aylin Cando

## 2.8 Cronograma de actividades

ORD	DETALLE	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Propuesta y selección del tema	■	■	■																						
2	Elaboración perfil del proyecto					■	■																			
3	Elaboración y aprobación del perfil del proyecto						■	■																		
4	Investigación y recolección de información							■	■																	
5	Planteamiento del problema, objetivos y justificación									■	■															
6	Desarrollo del tema propuesto										■	■	■	■												
7	Presentaciones a los lectores													■	■	■	■									
8	Desarrollo de las correcciones																	■	■	■	■	■				
9	Presentación final del proyecto			■	■		■	■	■					■	■	■			■	■		■	■	■	■	

*Elaborado por:* Aylin Cando

### 3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 3.1 Antecedentes

(Prada J. & Guzmán C., 2020) En su proyecto con el tema **“Creación de una empresa de comidas rápidas en el subsector saludable de la ciudad de Cali”** mencionan que los restaurantes de comida rápida han pasado por un proceso de modernización donde existe un incremento en el consumo de comidas fuera del hogar, lo cual ha beneficiado a la economía de los habitantes, pero ha generado que exista bastante competencia en dicho mercado. De tal manera para que el emprendimiento de creación sea factible su objetivo principal se orienta a brindar calidad en todos sus productos y que estos tengan un precio accesible donde la parte fundamental se centra en las necesidades, gustos de los clientes y sus recomendaciones que dan al momento de ofrecer el servicio de comida rápida.

(Cataña R., 2019) en su tema **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida ubicada en el sur de la ciudad Metropolitana de Quito, barrio Solanda”** para la ejecución de su proyecto toma en consideración la viabilidad económica y financiera mediante el análisis económico, social y financiero a fin de estimar la demanda insatisfecha. Por otra parte, para identificar el lugar donde se va a situar el restaurante se realizó un estudio técnico, el mismo que se toma en cuenta a través de algunos recursos como: el material que se va a implementar, el factor humano y el tecnológico, a fin de proponer una estructura organizacional adecuada. Finalmente, en el proyecto se tomó en cuenta el análisis financiero donde se dio a conocer la viabilidad del restaurante a partir de la identificación del TIR y el índice de rentabilidad los cuales mostraron que el 92,47% de las personas consumen comida rápida lo que significa que la creación de un restaurante de este tipo tendrá aceptación y será un buen negocio.

(Barona Diana, 2018) En la investigación con el tema **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurant de comida típica del cantón Guano en la parroquia San Gerardo”** se determinó que en dicho cantón existe una demanda insatisfecha del 91% a pesar que la gastronomía del sector es muy variada, pero no ha sido explotada en su totalidad de forma adecuada. Es así el presente proyecto se realizó a fin de mantener las tradiciones sobre la comida típica creando un lugar único en el sector que brinde excelente servicio y platos de alto nivel gastronómico, y para identificar si va ser aceptado por los moradores del sector este restaurant se aplicó un estudio financiero donde se pudo identificar que la inversión inicial fue de

\$20572,15 donde el periodo de recuperación es de dos años lo cual es factible por lo que el negocio se puede implementar de manera segura.

(Castillo Luis, 2017) en su tesis **“Estudio de factibilidad para la apertura de un nuevo punto de venta del restaurante de comidas rápidas”** establece que es si factible su idea del negocio ya que surge como resultado de dar conciencia sobre los beneficios que se obtiene de este tipo de emprendimientos, uno de ellos se basa que la comida rápida se desarrolla para evitar la pérdida de tiempo para algunos clientes, quienes buscan la rapidez en el servicio y pasar un momento agradable en compañía de amigos o familiares.

Por otra parte, para la apertura de un restaurante de comida rápida se tomó en cuenta indicadores financieros los cuales se basaron en la importancia del ambiente que se oferta y hacia donde se desea dirigir el negocio, es decir se tomó en cuenta la perspectiva social.

(Cárdenas Mayra, 2017) da a conocer en su tema **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Tulcán”** que determinar la factibilidad de un negocio es de vital importancia realizar un estudio de mercado, en este caso se tomó en cuenta personas de 15 a 65 años quienes suelen consumir comida rápida y mediante un estudio financiero y el análisis se obtuvo una demanda insatisfecha significativa, lo cual indica que si es factible la implementación del negocio siempre y cuando se tome en cuenta los aspectos relevantes como el tiempo de recuperación para la inversión del negocio no sea demasiado extenso y se obtenga una rentabilidad apropiada hasta iniciar o posicionarse en el mercado.

Tomando en cuenta los temas anteriormente mencionados se puede decir que un proyecto de factibilidad toma en cuenta varios aspectos necesarios para la creación de un negocio, entre estos están el estudio de mercado que sirve para conocer e identificar las necesidades de la población y las características que debe tener dicho negocio, a fin de cumplir las expectativas de los posibles clientes.

Por otra parte, para que dicho negocio sea útil se puede tomar en cuenta la demanda insatisfecha que existe en otros locales cercanos y se relacionan al local que se desea implementar. De tal manera mediante esta relación se podrá proponer un local más estable, donde se aplique un sistema financiero que aportará al crecimiento del local y ayudará a satisfacer las necesidades del sector al que está destinado manteniendo así un control adecuado de las actividades que se realicen.

## **3.2 Marco referencial**

### **3.2.1 Empresa**

“La empresa es toda entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados” (García J., 2022)

En conclusión, la empresa es una entidad u organización conformada por elementos humanos, materiales y técnicos, que se encarga de ofrecer productos o prestar algún servicio a cambio de obtener utilidades o algún valor económico.

### **3.2.2 Sucursal**

Una sucursal es una ramificación o extensión de una empresa, la cual se encuentra ubicada en diferente sector en relación de la empresa matriz, por lo que consiste en una división más pequeña que permite a los empleados ofrecer un servicio especializado, tomando como enfoque particular el obtener algún tipo de beneficio. (Ortega K., 2023)

De acuerdo a la definición anterior se puede decir que una sucursal es una entidad comercial que es parte de una empresa matriz o principal, la cual se encuentra ubicada en un distinto lugar, y se encarga de ofrecer los mismos productos y servicios. Por lo que el principal objetivo de una sucursal es extenderse y obtener mayor número de clientes.

#### **3.2.2.1 Importancia de una sucursal**

La importancia de una creación de una sucursal se basa en tener una mayor cobertura y posicionamiento dentro del mercado, con la finalidad de obtener mayores ingresos para un negocio. (Prieto Edwin., 2022)

Una sucursal es importante ya que ayuda a acaparar de mejor manera el mercado, es decir obtener más clientes, logrando el reconocimiento en varios lugares donde se pretenda crear la sucursal, además de aportar a la generación de un mayor nivel de ingresos.

#### **3.2.2.2 Características de una sucursal**

- Es una extensión de una empresa o negocio que se ubica en otro lugar de donde se encuentra el principal.

- Realiza las actividades de manera independiente, pero bajo la dirección de la empresa matriz.
- Proporciona a los clientes productos o servicios adaptándose a las necesidades de sus clientes
- Se encarga de dar una atención adecuada y oportuna al que lo solicite
- El personal es adecuado de acuerdo a sus necesidades. (Prieto Edwin., 2022)

Tomando en cuenta las características detalladas se puede decir que una sucursal se identifica por ofrecer los mismos productos que ofrece el negocio principal pero su trabajo es independiente tomando en cuenta el personal necesario y los clientes a los cuales se va a orientar.

### ***3.2.3 Comida rápida***

La comida rápida es conocida como comida chatarra o fast food, es un estilo de comida que se consume con gran demanda, se basa en un menú fácil de preparar y obtener. (Román J., 2020)

De acuerdo con la definición se puede mencionar que la comida rápida es el nombre que se les da a los alimentos que se pueden preparar y servir de manera rápida, es decir en intervalos de tiempo corto.

### ***3.2.4 Restaurante de comida rápida***

Es un establecimiento o lugar comercial dedicado a la producción y venta de comida masiva, se caracteriza por ser rápida de preparar y servir, cabe mencionar que los platillos o productos que se ofertan su precio no muy alto siendo accesible para todo el público. (Española R., 2014)

Un restaurante de comida rápida es un sitio que se encarga de la comercialización de productos que son creados y se sirven de manera rápida y se caracterizan por ser económicos y están destinados a todo el público.

#### **3.2.4.1 Ventajas de un restaurant de comida rápida**

- Los alimentos que se elaboran son consumidos por personas de cualquier edad.
- El menú es fácil y rápido de preparar, es decir no se requiere de mucho tiempo para su elaboración.
- Los restaurantes de comida rápida disponen de variedad de platillos de comida rápida

- El precio de la comida rápida es más conveniente que otros platos que se sirven en otros restaurantes.

### **3.2.5 Factibilidad**

Para (Torres F., 2012) “La factibilidad son las posibilidades que se tiene para lograr un determinado proyecto, donde una empresa realiza un análisis para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”

En si la factibilidad es la disponibilidad de recursos para llevar a cabo un proyecto donde da a conocer si es posible o no cumplir los objetivos o metas catalogando como bueno o malo.

### **3.2.6 Proyecto de factibilidad**

“El proyecto de factibilidad proviene del latín “Proiectus” que hace referencia ir hacia el futuro, llegar a la meta cumpliendo las distintas actividades que son beneficiosas para un determinado sector o grupo. (Arévalo A., 2018)

Un proyecto de factibilidad es un conjunto de actividades orientados en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta viable que ayuda a solucionar problemas, requerimientos y necesidades de organizaciones o grupos sociales. (Echeverría C., 2017)

De acuerdo con los autores, un proyecto de factibilidad se basa en la creación y desarrollo de una propuesta viable, la misma que está orientada a cumplir con requerimientos solicitados mediante la toma de decisiones adecuadas, a fin de satisfacer las necesidades de los demás.

#### **3.2.6.1 Características de un proyecto de factibilidad**

- Identificar las necesidades de un determinado sector o grupo.
- Proponer una solución concreta a un problema práctico existente.
- Crear o mejorar las actividades que se realizan en un determinado lugar
- Validar la viabilidad del proyecto en función a la investigación previamente realizada.

#### **3.2.6.2 Fases del proyecto de factibilidad**

Son un conjunto de pasos y técnicas ordenadas que se enfocan en la creación de una nueva empresa o negocio, a fin de satisfacer las necesidades de un mercado.

### ILUSTRACIÓN 1: PROYECTO DE FACTIBILIDAD



*Elaborado por: Aylin Cando*

#### 3.2.6.2.1 Naturaleza del proyecto

La naturaleza del proyecto es la esencia del mismo, es decir es toda la información básica que permite identificarlo. Un ejemplo claro es en una empresa o negocio el nombre que lo caracteriza, el giro del negocio donde se especifica claramente los productos o servicios que oferta, además de su ubicación y otros aspectos que contribuyen en su identificación propia.

#### 3.2.6.2.2 Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos y resultados que serán analizados, mediante un proceso estadístico, el cual permite saber si existirá o no aceptación de los productos o servicios que se van a ofrecer en el mercado. (Tapia L., 2022)

El estudio de mercado hace referencia a probar si existe suficientes individuos, empresas, organizaciones y otras entidades económicas de las cuales se obtiene información para justificar el poner en marcha un negocio de producción de bienes o servicios en un determinado tiempo. (Sisa E., 2017)

Tomando en consideración lo anteriormente mencionado se puede decir que el estudio mercado es la etapa inicial para empezar algún proyecto o negocio ya que se encarga de obtener

datos e información necesaria sobre un determinado producto o servicio el cual se pretende introducir en el mercado.

En sí, el estudio de mercado se basa en una ayuda que proporciona información relevante de las necesidades que existe en un sector o lugar con la finalidad de aportar a la reducción de las mismas, y así dar una idea de que tan aceptado o no puede ser la implementación de un negocio o servicio en dicho sector.

#### **3.2.6.2.2.1 Elementos del estudio de mercado.**

- **Segmentación del mercado**

La segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos, la esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. (Kotler Philip, 2020)

Por lo tanto, la segmentación del mercado es un proceso que permite dividir a la población en grupos más pequeños a fin de conocer de acuerdo a los gustos y preferencias quienes serán los posibles consumidores o clientes del producto o servicio que se va a ofrecer

- **Demanda potencial**

La demanda potencial hace referencia a la cantidad de bienes o servicios que los consumidores estarían dispuestos a comprar si ya estuvieran disponibles en el mercado, es decir es la demanda adicional que podría generarse si los consumidores tuvieran acceso a un producto o servicio que no está siendo ofrecido por la competencia. (Alvarez L., 2017)

De tal manera la demanda potencial es aquella que nos da a conocer si los productos o servicios pueden ser cubiertos una parte o en su totalidad durante algunos años, por lo que hace referencia a la cantidad del producto o servicio que se ofrece en el mercado tomando en consideración la cantidad de personas que estén solicitando o vayan a solicitar lo que se les ofrece.

- **Estudio de la Competencia**

El estudio de la competencia es un proceso que se basa en identificar a los posibles competidores sean directos e indirectos y evaluar las estrategias de acuerdo a sus actividades para determinar sus fortalezas y debilidades con relación a un negocio propio.

Por tal motivo el estudio de la competencia se considera fundamental para determinar cómo se compara un negocio con otro con la finalidad de ofrecer áreas de mejora y detectar oportunidades.

- **Selección del Sistema de distribución**

Un sistema de distribución son un conjunto de normas y pasos que buscan la facilidad de repartir un producto o servicio a través de un mecanismo pre establecido por lo que comprende todas las actividades relacionadas con el transporte, almacenamiento y manipulación de los productos desde el punto de origen hasta el destino final. (Rodríguez D., 2023)

Tomando en cuenta la definición establecida se puede decir que un sistema de distribución es un conjunto de actividades que se convierten en un medio importante para el desarrollo en una determinada empresa o negocio. Por lo que la selección del sistema se realiza tomando en consideración todas las tareas necesarias que se van a emplear para hacer llegar el producto o servicio hasta los consumidores de acuerdo a las características teniendo como objetivo la manipulación rápida y el cumplimiento en la entrega.

- **Diseño del empaque del producto**

“El diseño del empaque constituye una parte fundamental del producto porque además de contener, proteger y/o preservar adecuadamente el producto permite que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta”. (Thompson I, 2017)

De acuerdo con esta definición se establece que el empaque de un producto contribuye significativamente a la distribución del mismo ya que ayuda a cuidar y proteger el producto que se ofrece hasta que llegue a su lugar de destino.

- **Costeo del producto o servicio**

El costo del producto o servicio es el valor económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio sean estos directos o indirectos, es decir desde la investigación y desarrollo hasta la presentación final del mismo. (Lozada M, 2017)

Los costos son valores que influyen en el proceso de elaboración de un producto o prestación de un servicio y se toman en cuenta para establecer el precio que se tendrá para ofrecerlos a los consumidores o el mercado en general.

- **Precio del producto**

El precio es una determinada cantidad de dinero que una persona está dispuesta a cancelar a cambio de recibir un producto o servicio, de igual forma se refiere a una variable que se puede controlar a la medida del producto que se esté vendiendo o también como lo perciba el consumidor. (Castañeda A., 2019)

El precio del producto es el valor monetario se le asigna a un determinado producto o servicio el cual es pagado por los consumidores de acuerdo a las características específicas que se le dé en el mercado.

- **Acciones para introducir el producto en el mercado**

Un producto o servicio que va ser introducido en el mercado requiere de algunas acciones o actividades para darse a conocer, una de estas acciones es por el marketing y la publicidad las cuales proporcionan información necesaria del producto o servicio que se oferta. De tal manera las acciones constituyen un conjunto de pasos o procesos que se le dan a los productos o servicios para darlos a conocer en el mercado a los futuros clientes o consumidores.

- **Pronóstico de ventas**

De acuerdo con (Moreno T., 2019) el pronóstico de ventas “Es una estimación de las ventas futuras de un bien o servicio para un determinado tiempo, donde las ventas estimadas pueden ser expuestas en unidades o valores monetarios”

En si el pronóstico de ventas es una proyección que se puede estimar de las ventas de los productos o servicios prestados tomando en consideración las futuras ganancias o las cantidades de los productos se va a tener en un tiempo en específico.

### **3.2.6.2.3 Estudio Técnico**

Se basa en el análisis de los elementos que tienen que ver con las características o aspectos básicos de los productos o servicios que se van a implementar como la descripción detallada de los mismos con los requerimientos necesarios para que funcione como la capacidad de la planta, ubicación, equipo e instalaciones y demás aspectos relacionados con el funcionamiento del negocio.

### 3.2.6.2.3.1 Elementos del estudio técnico

- **Especificaciones del producto o servicio**

Las especificaciones de un producto o servicio es el detalle de las características y condiciones propias del mismo, en donde se toma en cuenta el tamaño, forma y demás aspectos y requerimientos que debe cumplir el producto servicio para que sea satisfactorio.

- **Descripción del proceso de producción**

“Se denomina proceso productivo al grupo de actividades coordinadas y sucesivas que tienen como finalidad el desarrollo planificado de productos y servicios que se llevan a cabo por empresas que buscan satisfacer una demanda en el mercado”. (Chávez J., 2023)

Es el conjunto de tareas o pasos requeridos que una empresa emplea para la transformación de la materia prima en productos elaborados a fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

- **Diagrama de flujo del proceso**

El diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso que muestra los distintos pasos desde su inicio hasta su finalización permitiendo comprender los procesos que se desarrollan en una determinada empresa o entidad, facilitando un impacto visual que aporta a identificar cada paso de manera más efectiva y eficiente posible. (Torres I., 2019)

Según la definición anterior el de flujo del proceso es una representación gráfica que indica las variaciones y relaciones de una serie acciones o actividades que se realizan en un determinado lugar con un objetivo en común.

Para la realización de un diagrama de flujo es indispensable el uso de símbolos que indican un determinado proceso, entre la simbología que es emplea son el cuadrado, rectángulo, rombo, círculo, flechas entre otros, los cuales permiten detallar el desarrollo de las actividades.

**ILUSTRACIÓN 2: SIMBOLOGÍA DE UN DIAGRAMA DE FLUJO**

<b>Simbología</b>	<b>Descripción</b>
	Indica el inicio o final de un proceso
	Indica la realización de una actividad
	Indica cualquier tipo de documento
	Señala el ingreso y salida de datos
	Se usa para el almacenamiento de un archivo
	Indica posibles alternativas de decisión
	Continuidad en la misma página
	Indica el orden y continuidad de las actividades

*Elaborado por: Aylin Cando*

- **Capacidad instalada de la planta**

En la Capacidad instalada de la planta se toma en consideración los aspectos que ayudan a la creación de un producto o la prestación de un servicio, entre estos están el tiempo de fabricación del producto el cual se calcula a través del número de horas que se va a laborar, y otro de los aspectos es el factor de eficiencia el cual indica que tan rápida es la capacidad de atender a los posibles clientes.

- **Ubicación de la empresa**

La ubicación de la empresa hace referencia al sitio o lugar donde se va crear el producto o prestar algún servicio, tomando en consideración que este sea factible el cual se determina a través de la observación y el desarrollo de una encuesta realizada a los moradores cercanos al sitio donde se propone implementar la empresa.

- **Equipo e instalaciones**

El equipo e instalaciones para (Frederick T., 2019) son “Activos tangibles que posee una empresa, cuya destinación es la fabricación de productos o la ejecución de actividades específicas para el desarrollo de procesos operacionales”

Se puede decir que el equipo e instalaciones son un conjunto de máquinas y dispositivos existentes en un determinado lugar que tienen como finalidad llevar a cabo las distintas actividades que se realizan en una organización, negocio o trabajo, logrando así el cumplimiento de las tareas establecidas.

- **Distribución de la planta**

La distribución de la planta es la organización física de una empresa o negocio donde la maquinaria y los implementos que se utilizan disponen de un sitio específico proporcionando las condiciones adecuadas para que se dé el proceso de producción de forma eficaz. (Baca Urbina, 2013)

Entonces la distribución de una planta constituye la determinación de un sitio para la maquinaria y elementos que se utilizan en una empresa o negocio, a fin de aumentar la eficiencia y productividad además de optimizar el flujo en las actividades que se realizan en dicho negocio.

- **Plan agregado de producción**

El plan agregado de producción es la estrategia que una empresa o negocio adopta antes de comenzar los procesos de fabricación de los productos donde se determina cuáles son los elementos necesarios, recursos y materiales que se emplean para producir la mercadería que se venderá a los clientes finales (López R., 2022)

- **Materia prima**

Se entiende por materia prima a todos aquellos elementos donde su estado físico es natural y se caracterizan por ser los primeros materiales o insumos que se utilizan en la elaboración o creación del producto que se va a ofrecer, pueden ser de origen vegetal, animal o mineral. (Gonzales M., 2018)

Tomando en consideración lo anteriormente mencionado se puede decir que la materia prima son todos los elementos y materiales que pueden ser sometidos a una transformación para la creación de un determinado producto el cual se va a ofrecer al público en general.

- **Manejo de inventarios**

El manejo de inventarios es un proceso que permite a una empresa gestionar o llevar un control de los productos que oferta y almacena dando a conocer cuáles son los productos que se venden más rápido y los que no se venden con facilidad (Gonzales Johana, 2018)

En si el manejo de inventarios permite a una empresa prestar un mejor servicio a los clientes y sobre todo ayuda a llevar un control de las operaciones que se realizan dando a conocer la cantidad de productos existentes mejorando así la efectividad en la administración de los productos y demás ventajas relacionadas a los mismos.

#### **3.2.6.2.4 Organización**

La organización es un sistema de roles que tienen una finalidad, la cual se logra mediante procesos coordinados de las actividades que se desempeñan en un lugar y permiten interactuar con el entorno. (Vásquez Andrés, 2017)

La organización es parte de un proceso administrativo que ayuda a integrar y coordinar los recursos humanos, materiales y financieros que dispone una empresa con la finalidad de alcanzar un objetivo dado con la máxima eficiencia. (Miranda José, 2006)

Tomando en cuenta las definiciones anteriormente mencionadas se concluye que la organización es un proceso que ayuda a distribuir correctamente los materiales y las actividades que se desempeñan en una empresa, teniendo como finalidad el cumplimiento de las mismas.

Dentro de la organización se cumple con varios factores que ayudan al desempeño de las actividades en una empresa, entre estos tenemos:

- **Organigrama de la empresa**

El organigrama para (Gonzales B., 2019) “Es un esquema organizacional utilizado para definir la jerarquía interna y las líneas de autoridad de una empresa determinando las distintas áreas en función a los puestos de trabajo”

De tal manera se puede mencionar que el organigrama de una empresa es una representación gráfica que representa los niveles jerárquicos de los distintos puestos de trabajo, permitiendo un desarrollo claro y eficaz de las actividades que se realiza en cada área.

- **Mano de obra requerida**

Es el esfuerzo tanto físico como mental que aplica un empleado o trabajador durante el proceso de elaboración de un bien, el cual es ofrecido a cambio de una remuneración económica. (Pérez J. & Merino M., 2022)

En si se puede mencionar que la mano de obra constituye el esfuerzo que realiza un trabajador sea físico o mental para la fabricación o creación de un producto a cambio de un pago o reconocimiento económico.

- **Perfiles del puesto**

Es la descripción sobre todo aquello que una persona requiere para ocupar una determinada posición dentro de una empresa, en si se trata de un listado de los conocimientos, competencias y habilidades que deberá tener la persona para cubrir una vacante.

- **Descripción del Puesto**

La descripción del puesto se centra en una explicación detallada de las tareas y responsabilidades que debe desempeñar el trabajador durante su jornada de trabajo en una determinada empresa. Estas tareas varían de acuerdo a los distintos tipos de empresas o áreas de las cuales se encargue la persona asignada.

#### **3.2.6.2.5 Estudio Financiero**

Es una etapa que permite analizar la viabilidad de una empresa partiendo del estudio de mercado y estudio técnico donde se da a conocer las consecuencias financieras de invertir en un determinado proyecto. El estudio financiero toma como base los recursos económicos que se tienen disponibles, las alternativas de endeudamiento y permite proyectar los ingresos, egresos y la rentabilidad durante un tiempo establecido. (Hernandez A., 2018)

De acuerdo con la definición se puede mencionar que un estudio financiero es proceso que ayuda a analizar la viabilidad que tendrá la creación de una empresa tomando en consideración aspectos económicos como la rentabilidad que pueda tener en un tiempo, además de dar a conocer los datos económicos necesarios para su desarrollo.

- **Depreciaciones**

Para (Gasbarrino S., 2021) “La depreciación es la pérdida de valor que un bien experimenta a lo largo de su vida útil”

De tal manera podemos decir que la depreciación es la pérdida de valor que sufre un bien material a consecuencia del desgaste, uso y paso del tiempo de dicho bien.

- **Detalle de gastos mensuales**

Los gastos son los desembolsos o salidas de dinero que se producen como consecuencia del funcionamiento y de la gestión del negocio, son esenciales para el desarrollo de un negocio y se derivan de diversos departamentos o áreas. Los gastos pueden ser de dos tipos fijos y variables. ( Arantxa A., 2023)

Tomando en cuenta el anterior concepto los gastos constituyen los desembolsos de dinero que se realizan periódicamente a fin de aportar al desarrollo del negocio. Por lo que a partir de esta definición se puede decir que el detalle de gastos es un documento que las empresas y negocios implementan para poder llevar un seguimiento de los gastos que se realizan durante el ejercicio de sus actividades.

- **Estados financieros proyectados**

Los estados financieros proyectados su principal objetivo es reflejar la situación económica y financiera de un proyecto mediante información que permite evaluar si la inversión realizada produce los resultados esperados sea en corto, mediano y largo plazo. (BritoKlever, 2015)

Es así que los estados financieros proyectados son los distintos documentos que una empresa o negocio debe preparar con la finalidad dar a conocer su situación financiera y los resultados que se desea a lo largo de un tiempo.

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es un elemento central de un negocio ya que permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos fijos y variables, es considerado una

herramienta estratégica importante que ayuda a identificar el nivel de solvencia del negocio. (Baca Urbina, 2013)

De tal manera se puede mencionar que el punto de equilibrio es un factor que permite analizar las ventas dando a conocer el nivel de solvencia que tiene un negocio o empresa a fin de aportar al conocimiento para la toma de decisiones adecuadas de la misma.

- **Capital de trabajo**

Es una magnitud contable que hace referencia a los recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago a corto plazo y están relacionados con su actividad económica. (López Francisco, 2020)

Su fórmula se representa mediante la diferencia entre el activo y el pasivo

**ILUSTRACIÓN 3: FÓRMULA DEL CAPITAL DE TRABAJO**

$$\text{Capital} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

*Elaborado por: Aylin Cando*

El capital de trabajo es la cantidad de dinero que se necesita para iniciar un proyecto, es decir es el dinero disponible que se tiene para enfrentar los gastos que se presenten durante la creación o desarrollo de un proyecto.

- **Sistema de financiamiento**

Es un proceso que proporciona capital a una persona o grupo de personas para que sea utilizado en un proyecto o negocio, es decir es el recurso económico que es necesario para la ejecución de un plan, puede ser dinero obtenido mediante un préstamo o el aporte de inversionistas. (Juárez L., 2023)

El sistema de financiamiento nos indica la manera como se va a iniciar un determinado proyecto o crear un negocio por lo que se toma en cuenta principalmente el aspecto económico y su distribución.

- **Evaluación económica**

Se define como la descripción de los métodos de evaluación donde se toma en consideración el valor del dinero a través del tiempo permitiendo hacer comparaciones con otros métodos contables. (Baca Urbina, 2013)

La evaluación económica debe tener como base el análisis con el que se mide la rentabilidad económica, en el cual influyen algunos indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa interna de retorno (TIR) (Martínez J., 2016)

**a. Valor Actual Neto (VAN)**

El VAN es un indicador financiero considerado una herramienta útil que permite evaluar la rentabilidad de un proyecto mediante la diferencia entre el flujo futuro de ingresos y los gastos, a fin de determinar si existe alguna ganancia y si el resultado es positivo se menciona que el proyecto es factible. (Vargas A., 2015)

**ILUSTRACIÓN 4: FÓRMULA DEL VAN**

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \frac{F4}{(1+i)^4} + \dots$$

*Fuente: Libro de marketing y negocios*

**b. Tasa interna de Retorno (TIR)**

El TIR es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es decir es el beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. (Sevilla A., 2017).

En otras palabras, la TIR es la tasa de descuento hace al VAN igual a cero, lo cual ayuda a que un proyecto obtenga por lo menos su rendimiento requerido.

**ILUSTRACIÓN 5: FÓRMULA TASA INTERNA DE RETORNO**

$$TIR = \frac{Valor\ inicial}{Valor\ final - Valor\ inicial} * 100$$

*Elaborado por: Aylin Cando*

- **Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad es una herramienta a través de la cual se estudian los cambios que se producen en una variable de un modelo financiero, permitiendo a las empresas u organizaciones predecir los cambios y resultados en un determinado proyecto con la finalidad de tomar las mejores decisiones. (Molina A., 2019)

El análisis de sensibilidad es un modelo financiero que permite analizar los puntos fuertes y débiles de un proyecto, por lo que ayuda a una empresa o entidad a predecir cuáles

serán los resultados que se obtengan del proyecto y comprender la incertidumbre, limitaciones y alcance de las decisiones que se tomen.

- **Análisis de riesgo**

El análisis del riesgo es conocido evaluación de riesgos, es un proceso sistemático y estructurado que toma en cuenta el estudio de las causas de las posibles amenazas y probables eventos no deseados además de los daños y consecuencias que estas puedan producir. (Lopez L., 2019)

Es una herramienta fundamental en el desarrollo de un proyecto que afecta directamente al producto o servicio que oferta una empresa. En si el análisis de riesgos consiste en identificar y analizar los diferentes tipos de riesgos a los que se puede exponer el proyecto y no permita su desenvolvimiento entre estos están: escasos de recursos, bajo desempeño, falta de claridad en las ideas y el tiempo

## **4 METODOLOGÍA**

### **4.1 Enfoque de la investigación**

El presente proyecto de factibilidad tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, es cualitativo ya que permitió obtener una visión general de los locales de comida rápida existentes en el Barrio “El Ejido” y sobre todo permitió identificar los distintos tipos de comida rápida que se ofrecen en dichos locales, donde los resultados de todos estos se basan en un solo tipo de platillo, el cual es el más común como son las papas fritas con pollo.

Por otra parte, es cuantitativo ya que se fundamenta en el análisis e interpretación de los datos obtenidos donde da a conocer si el proyecto de creación de una sucursal de comida rápida será factible y tendrá acogida favorable por las personas aledañas al sector.

### **4.2 Métodos de investigación**

- **Método descriptivo:**

Permite detallar y analizar la información obtenida para el desarrollo del proyecto, proporcionando conocimientos claros sobre la factibilidad, importancia y los parámetros necesarios para la creación de un proyecto, por lo que el método descriptivo se encarga de puntualizar las características y dar la información necesaria que ayudara al desenvolvimiento del tema propuesto.

- **Método bibliográfico:**

Sirve de apoyo para fundamentar y sobre todo sustentar toda la información obtenida mediante el uso de libros, textos, páginas web y demás documentos que ayudan al desarrollo del tema planteado, a fin de conocer teóricamente la importancia de un proyecto de factibilidad y los pasos necesarios para su posible creación.

- **Método deductivo:**

Permitirá dar conclusiones al proyecto, aportando de manera significativa con el razonamiento, el cual se da a conocer mediante la observación realizada al sector y posibles clientes, quienes constituirán un eje importante que ayudará a orientar al proyecto para su correcto desarrollo.

- **Método analítico:**

Ayudó a recabar y dar a conocer datos importantes que fueron recopilados mediante una encuesta realizada a los habitantes del sector con el fin de dar una solución óptima a través de resultados reales.

### **4.3 Técnicas de investigación**

- **Observación:**

Ayuda a obtener información de manera directa del número de locales de comida rápida existentes permitiendo conocer los detalles y productos que se ofertan en cada uno, facilitando así la recopilación de datos de forma empírica que aporte a la visualización de los aspectos importantes que pueden interferir en la creación de un nuevo negocio, el cual está orientado a ofertar el mismo tipo de comida rápida, pero permita diferenciarse de la competencia, lograr acaparar mercado y ser aceptado.

- **Encuesta:**

Contribuye a la obtención real de los datos permitiendo identificar las necesidades de los posibles clientes, los cuales serán especialmente los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi y algunos habitantes del sector. Por tal motivo la encuesta será un factor contundente para la realización del proyecto ya que proporcionará información relevante que ayude a conocer la factibilidad o no del presente proyecto.

#### 4.4 Instrumentos

- **Cuadro de Observación:**

Da a conocer a simple vista los locales de comida rápida y los distintos platos que ofertan, además el cuadro de observación ayudará a identificar las falencias que existen en dichos locales sean estos relacionados con los productos o con los servicios que proporcionan, ya que estas falencias serán puntos fuertes que ayuden a la aceptación de un nuevo local.

- **Cuestionario:**

Proporciona datos verdaderos que serán la base para el desarrollo del proyecto, por lo que consta de preguntas cerradas relacionadas al tema planteado ya que contribuirán al conocimiento y toma de decisiones adecuadas que permitan la ejecución y correcto funcionamiento en el mercado.

#### 4.5 Población

La población hace referencia a la totalidad de entidades, elementos y personas que ayudan al desarrollo de una investigación, tomando en cuenta este aspecto se considera la cantidad de estudiantes inscritos en la Universidad el presente semestre y personal que labore en dicho sitio, quienes serán considerados los posibles clientes.

**TABLA 1:** CUADRO DE LA POBLACIÓN

<b>Estudiantes y Personal</b>	<b>Cantidad</b>
Colegios	1958
Administrativas	1467
Sociales	938
CIYA	1623
NIVELACIÓN	377
Población Eloy Alfaro	24298
<b>TOTAL</b>	<b>30661</b>

*Responsable: Aylín Cando*

#### 4.6 Muestra

La muestra indicará parte importante de la población que consumen o visitan locales de comida rápida, de tal manera para su cálculo se aplica la fórmula general donde se tomó en

cuenta la totalidad de estudiantes y personal que labora en la Universidad, a fin de darnos el número de personas a quienes debemos realizar la presente investigación.

**ILUSTRACIÓN 6: FÓRMULA DE LA MUESTRA**

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

**Responsable:** Aylin Cando

**N**= Total de la población

**Z**= Representa el nivel de confianza en relación al 95% es 1,96

**p**= Probabilidad de éxito

**q**= Probabilidad de fracaso

**e**= Probabilidad de error 5% o 0,05

$$n = \frac{30661 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(30661 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 379$$

Mediante el cálculo realizado de la población de 30661 que se obtuvo mediante los datos de estudiantes inscritos y de las personas que habitan en la parroquia Eloy Alfaro se puede mencionar que la muestra para la ejecución de la encuesta es de 379 de personas aproximadamente.

## 5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 5.1 Cuadro de observación

ASPECTOS A OBSERVAR	RESPUESTAS		OBSERVACIONES
	SI	NO	
En el sector El Ejido existen bastantes locales de comida rápida	X		Por medio de la observación se pudo identificar alrededor de 13 locales de comida rápida
Los locales existentes ofrecen variedad de tipos de comida rápida		X	No, ya que solo se centran en un solo tipo de comida rápida donde las más comunes son las Papas fritas con pollo
El precio de la comida rápida en los locales es conveniente para los clientes	X		Si ya que se ajustan a las necesidades de los clientes donde el precio base es 1,50
La comida rápida que ofrecen los locales existentes cumple con las expectativas de los clientes		X	No todos los locales cumplen con las expectativas de los clientes, ya que algunos no tienen un sitio adecuado ni poseen variedad en sus platos.
Los clientes de comida rápida se fijan en el precio y comodidad del local.	X		Si es importante el precio ya que se toma en cuenta las posibilidades económicas
La creación de un nuevo local de comida rápida tendrá acogida si ofrece variedad de platillos.	X		Si, ya que será un local que tenga innovación en la comida por ofrecer variedad de platillos donde el cliente puede escoger el que mejor le guste.
Los locales existentes alguna vez han tratado de variar en el tipo de comida rápida		X	No, ya que las personas aledañas a los sitios se conforman con lo que existente en el mercado.

**Fuente:** Locales de comida rápida sector El Ejido

**Responsable:** Aylin Cando

**Análisis:** Mediante el cuadro de observación realizado en la parroquia Eloy Alfaro sector El Ejido se pudo identificar que existe un buen número de locales y puestos que ofrecen comida rápida pero todos estos se centran en un solo tipo platillo por lo que no tienen variedad en su menú, además que algunos puestos no cuentan con el espacio apropiado para brindar un producto y servicio de calidad ocasionado así insatisfacción en los clientes. De tal manera tomando en cuenta estos datos obtenidos de manera empírica se puede decir que la creación de una sucursal de comida rápida que ofrezca diversos platillos, los precios sean buenos y disponga de un sitio adecuado podría ser factible y tendrá muy buena acogida por los clientes.

## 5.2 Análisis e interpretación de la encuesta

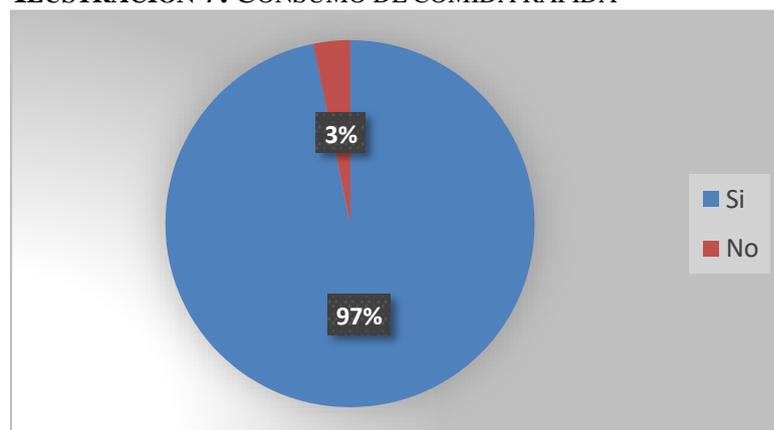
### 1. ¿Consume usted comida rápida como papas fritas, hot dogs entre otros?

**TABLA 2:** CONSUMO DE COMIDA

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Si	367	97%
No	12	3%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 7:** CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA



*Responsable: Aylin Cando*

**Análisis e interpretación:** Tomando en consideración los datos obtenidos se puede decir que el 97% de las personas si consumen comida rápida, mientras que el 3% que representan a 12 personas no consumen comida rápida, lo cual significa que este tipo de comida es muy consumida y aceptada por la mayor parte de la población.

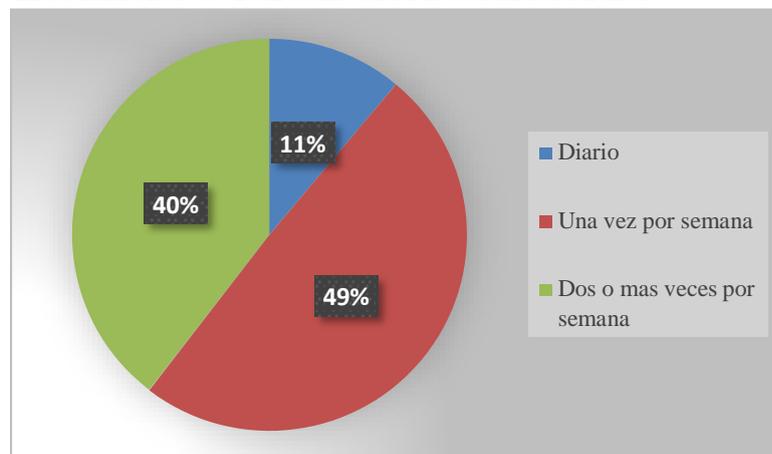
## 2. ¿Con qué frecuencia consume comida rápida?

**TABLA 3:** FRECUENCIA DE COMIDA RÁPIDA

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Diario	42	11%
Una vez por semana	187	49%
Dos o más veces por semana	150	40%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 8:** FRECUENCIA DE COMIDA RÁPIDA



*Responsable: Aylin Cando*

**Análisis e interpretación:** La mayor parte de personas que representan el 49% consumen comida rápida una vez por semana, el 40% consumen comida rápida dos o más veces por semana mientras que el 11% consumen a diario, por lo cual podemos observar que la comida rápida si es muy consumida por las personas sin importar el número de veces que consuman dicha comida rápida.

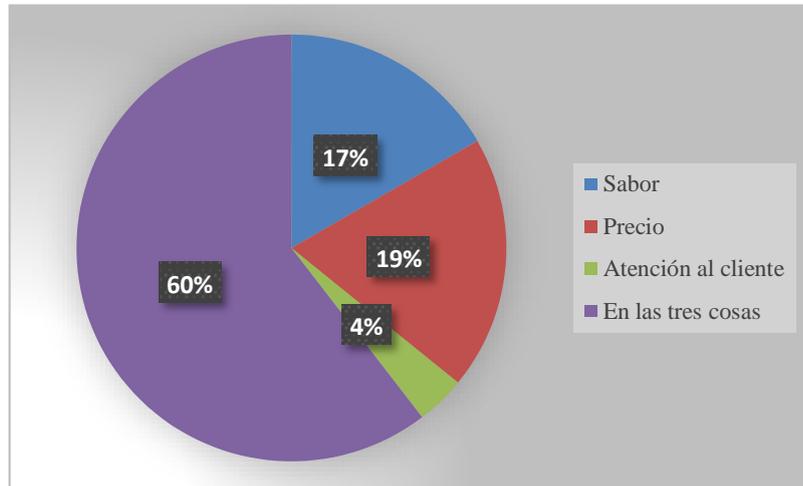
## 3. ¿En qué se fija usted al momento de comprar comida rápida?

**TABLA 4:** COMPRA DE COMIDA RÁPIDA

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Sabor	63	17%
Precio	73	19%
Atención al cliente	14	4%
En las tres cosas	229	60%

**Total** **379** **100%**  
*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 9: COMIDA RÁPIDA**



*Responsable: Aylin Cando*

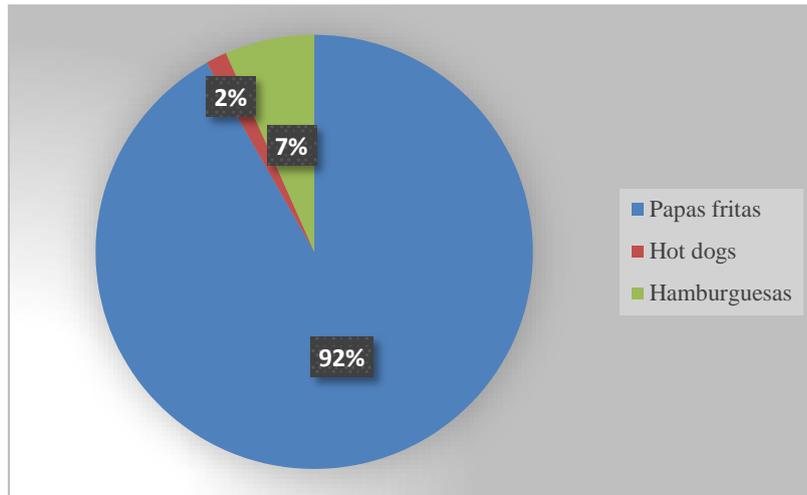
**Análisis e interpretación:** De acuerdo con los datos obtenidos el 17% de las personas al momento de comprar comida rápida se fijan en el sabor, el 19% se fijan en el precio, el 4% toman en cuenta la atención al cliente, pero el 60% que representan la mayoría se fijan en las tres cosas, por lo que se puede decir que para comprar comida rápida es indispensable que un local cumpla con todos los aspectos necesarios a fin de obtener clientes y satisfacer sus necesidades.

**4. ¿Cuáles son los productos de comida rápida que más consume?**

**TABLA 5: PRODUCTOS QUE MÁS SE CONSUME**

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Papas fritas	348	92%
Hot dogs	6	2%
Hamburguesas	25	7%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 10: PRODUCTOS QUE MÁS SE CONSUME**

*Responsable: Aylin Cando*

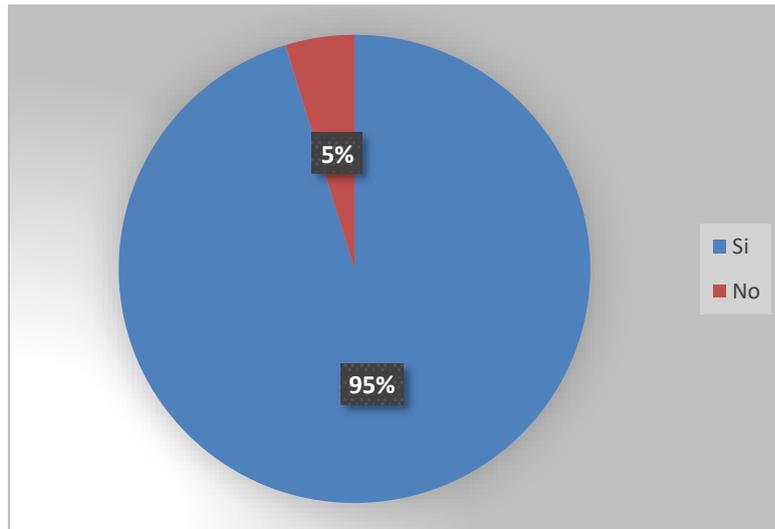
**Análisis e interpretación:** La mayor parte de las personas que es el 92% consumen papas fritas, el 7% consumen hamburguesas y el 2% hot dogs, por lo que tomando en cuentas estos datos podemos decir que el alimento más realizado, vendido y consumido son las papas fritas ya sea porque es el alimento más común hecho por la mayoría de puestos y negocios además de ser el más solicitado por la población

**5. ¿Es más importante para usted que el local de comida rápida este cercano a donde realiza sus actividades?**

**TABLA 6: UBICACIÓN DEL LOCAL DE COMIDA RÁPIDA**

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Si	361	95%
No	18	5%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 11: UBICACIÓN DEL LOCAL DE COMIDA RÁPIDA**

*Responsable: Aylin Cando*

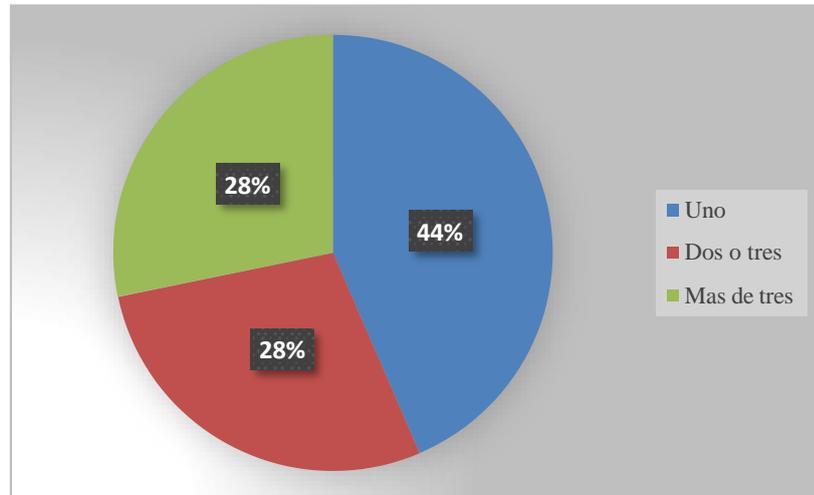
**Análisis e interpretación:** Tomando en consideración los datos obtenidos se puede observar que para el 95% de las personas es importante que los locales de comida rápida estén cercanos al sitio o lugares donde desempeñan sus actividades, mientras que al 5% no les importa mucho la ubicación de los locales. Esto significa que es mejor que el local este cercano al lugar de trabajo o estudio ya que el tiempo es un factor importante para el cumplimiento de cualquier actividad.

## 6. ¿Cuántos locales de comida rápida conoce por el sector El Ejido?

**TABLA 7: LOCALES EN EL SECTOR EL EJIDO**

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Uno	165	44%
Dos o tres	107	28%
Más de tres	107	28%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 12: LOCALES EN EL SECTOR EL EJIDO**

*Responsable: Aylín Cando*

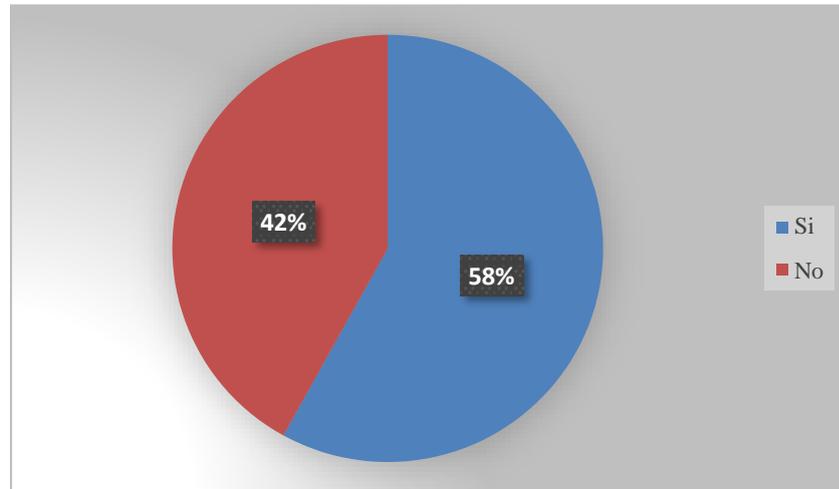
**Análisis e interpretación:** En el sector el Ejido el 44% de las personas conoce un solo local de comida rápida, el 28% conocen dos o tres locales y el 28% conocen más de tres locales. Esto quiere decir que en el sector El Ejido la mayor parte de las personas conoce un lugar de comida rápida el cual está constituido de manera adecuada a fin de proporcionar un sitio cómodo y bueno que oferte comida rápida. Este sitio es el restaurant el condorito el mismo que está dedicado a la venta de papas fritas desde varios años.

**7. ¿Conoce Ud. un solo local por el sector El Ejido que ofrezca los tres tipos de comida rápida según la pregunta 4?**

**TABLA 8: OFRECIMIENTO DE COMIDA RÁPIDA**

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Si	220	58%
No	159	42%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylín Cando*

**ILUSTRACIÓN 13: OFRECIMIENTO DE COMIDA RÁPIDA**

*Responsable: Aylin Cando*

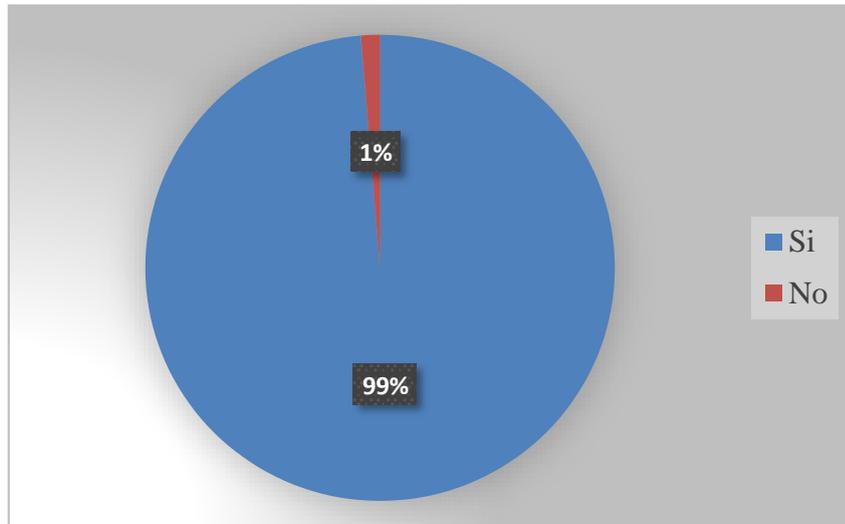
**Análisis e interpretación:** Mediante los datos obtenidos se puede identificar que el 58% de las personas si conocen un solo lugar que ofrezca los tres tipos de comida por el sector El Ejido, mientras que el 42% de las personas no conocen que en un solo lugar se ofrezca los tres tipos de comida, lo cual nos indica que al crear un nuevo local se debería dar a conocer mediante cualquier estrategia de publicidad.

**8. ¿Cree ud. que haya aceptación en la creación de un local que ofrezca variedad de tipos de comida rápida?**

**TABLA 9: ACEPTACIÓN DEL LOCAL**

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Si	374	99%
No	5	1%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 14: ACEPTACIÓN DEL LOCAL**

*Responsable: Aylin Cando*

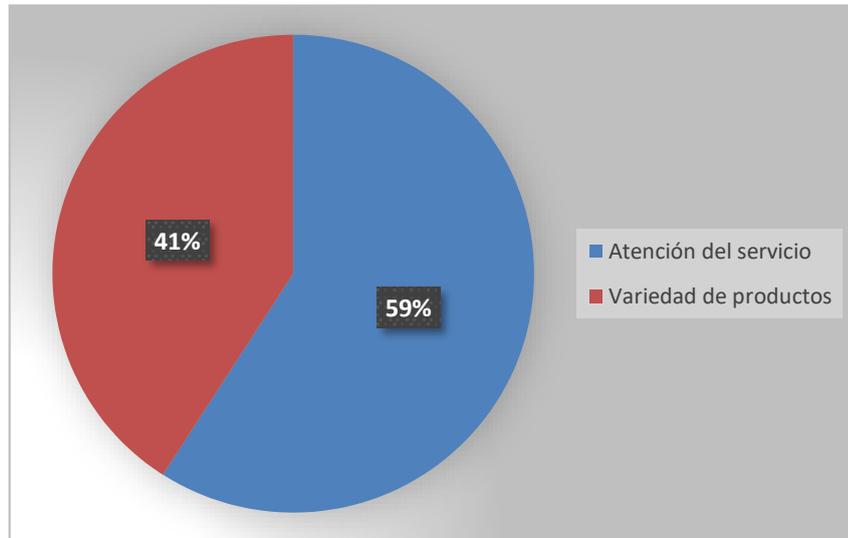
**Análisis e interpretación:** El 99% de las personas mencionan que se habrá aceptación en la creación de un local que ofrezca varios tipos de comida rápida, mientras el 1% de las personas no cree que exista aceptación. De tal manera se podría decir que si existe factibilidad para la creación de un nuevo local el mismo que se ubicará en el sector El Ejido.

**9. ¿Al momento de elegir un local de comida rápida qué es para Usted importante?**

**TABLA 10: IMPORTANCIA DE ELEGIR UN LOCAL**

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Atención del servicio	224	59%
Variedad de productos	155	41%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 15: IMPORTANCIA DE ELEGIR UN LOCAL**

*Responsable: Aylin Cando*

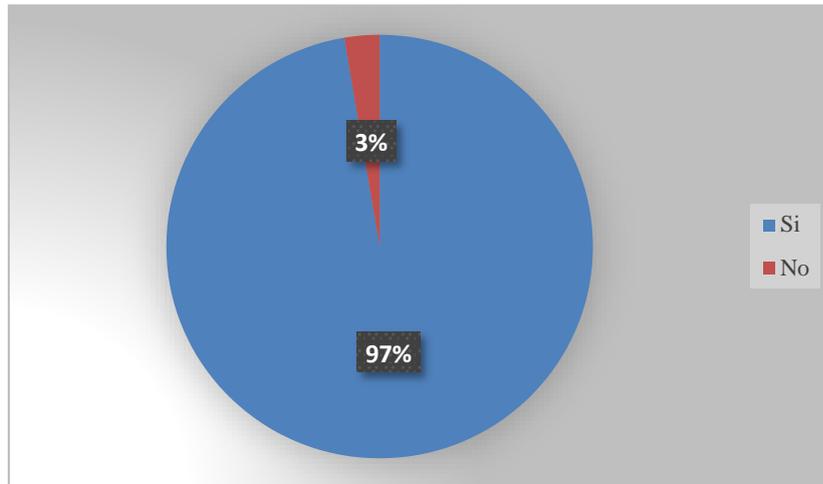
**Análisis e interpretación:** El 59% de las personas encuestadas para elegir un local se fijan principalmente en la atención del servicio, mientras que el 41% toman en cuenta la variedad de productos, lo cual indica que es muy importante la atención en un lugar de comida rápida a fin acaparar y mantener la clientela.

**10. ¿Cree que es importante la publicidad sobre la variedad de tipos de comida rápida que ofrezca un solo local?**

**TABLA 11: IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD**

ALTERNATIVA	POBLACIÓN	%
Si	369	97%
No	10	3%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**ILUSTRACIÓN 16: IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD**

**Responsable:** Aylin Cando

**Análisis e interpretación:** El 97% de las personas mencionan que es importante la publicidad en un negocio a fin de dar a conocer los tipos de platos que se ofrecen en el mismo, mientras que 3% mencionan que no es necesario la publicidad para dar a conocer un negocio. Por lo que se puede decir que la publicidad constituye un factor importante cuando una empresa es nueva ya que ayuda a darse a conocer y que sea visitada por los posibles clientes.

## 6 PROPUESTA

### 6.1 Naturaleza del Proyecto

#### 6.1.1 Nombre de la empresa

“Chanchi Papas” restaurant



#### 6.1.2 Giro de la empresa

“Chanchi Papas” es un proyecto de negocio enfocado en la elaboración y comercialización de alimentos categorizados como comida rápida, cuyo objetivo es ofrecer variedad de platillos en un solo lugar, el mismo que proporcione un ambiente cálido y agradable con mesas y sillas cómodas, a fin de lograr la aceptación en mercado y satisfacer las necesidades de los clientes.

Por lo que el giro de la empresa es de tipo productivo por lo que se centra en elaboración y distribución de varios tipos de comida rápida, los cuales serán a gusto de los consumidores y son accesibles para todo el público en general.

#### 6.1.3 Ubicación y tamaño esperado de la empresa

El local de comida rápida “Chanchi Papas” estará ubicado en la parroquia Eloy Alfaro, barrio San Felipe, sector El Ejido, la cual es una zona comercial donde existen varios locales que ofrecen productos y servicios debido a la cantidad de estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi y a la cantidad de habitantes existentes en dicho lugar quienes serán los principales clientes.

El tamaño del local de acuerdo a la ley será catalogado como una empresa pequeña ya que constará con pocos trabajadores, pero tendrá el espacio suficiente y necesario para ofrecer productos de calidad los mismos que se darán a conocer mediante una carta o menú muy llamativa ya que constara con variedad de platillos permitiendo así captar varios clientes a fin de generar un ambiente confortable y ameno para pasar un momento tranquilo en familia o con amigos.

#### **6.1.4 Misión**

El local de comida rápida “Chachi Papas” es un negocio orientado a brindar variedad de tipos de comida rápida ofreciendo productos y servicios de excelente calidad con una muy buena atención e higiene, contando con la mejor preparación en cuanto a la comida rápida del sector, a fin de lograr satisfacer las necesidades de los consumidores.

#### **6.1.5 Visión**

Ser un negocio líder en la producción y comercialización de comida rápida del sector El Ejido teniendo el mejor servicio y calidad, además de innovar en el mercado ofreciendo variedad de tipos de comida rápida, logrando así la consolidación y reconocimiento por parte de nuestros clientes.

#### **6.1.6 Descripción de los productos o servicios**

Los tipos de comida rápida que se pretenden ofrecer se caracterizan por ser muy variados, ser de fácil preparación, por lo que existen de varios precios adaptándose a las necesidades de los clientes, además de tener un aspecto visible llamativo a fin de cumplir con las expectativas de los consumidores. Entre los tipos de comida rápida tenemos los siguientes:

**TABLA 12:** TIPOS DE PAPAS FRITAS

<b>Papas fritas</b>	
<b>Tipos</b>	<b>Descripción</b>
Chulla	Es una papa pequeña acompañada de un elemento en específico a elección sea pollo, carne o salchicha, más ensalada y salsas
Doble	Consta de una papa mediana acompañada de dos opciones a elección del consumidor incluye ensalada y salsas al gusto.

---

Triple	Es una papa grande con las tres opciones pollo, carne y salchicha más ensalada y salsas.
--------	--

---

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 13: TIPOS DE HOT DOGS**

<b>Hot Dogs</b>	
<b>Tipos</b>	<b>Descripción</b>
Clásico	Se caracteriza por su sencillez, sabor y por incluir snacks.
Especial	El hot dog cuenta con Nuggets o carne molida a elección, además queso cheddar, snacks y salsas al gusto.
Mexa	Se identifica por su tamaño y tener más alimentos como Nuggets, carne molida, queso cheddar, choclo, snacks, guacamole y salsas
Combo	El cliente puede elegir cualquier tipo de hot dog pero adicional se aumenta una porción de papas y una bebida

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 14: TIPOS DE DORILOCOS**

<b>Dorilocos</b>	
<b>Tipos</b>	<b>Descripción</b>
Loquito	Es pequeño y económico contiene Snack, choclo, guacamole y limón
Loco	Su tamaño es mediano contiene nuggest o carne molida a elección, choclo, guacamole y limón
Locazo	Es grande contiene las dos opciones nuggets y carne molida, además de choclo, queso cheddar y salsas al gusto.
Nachos	Va acompañado de queso cheddar, guacamole, papas, y salsas a elegir.

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 15: VARIEDAD DE BEBIDAS**

<b>Bebidas</b>
----------------

Las bebidas que va ofrecer el local "Chanchi Papas" serán de tres tipos con la finalidad de satisfacer los gustos de los clientes.

- Gaseosas
- Jugo de Jamaica
- Aguas

---

*Responsable: Aylín Cando*

### **6.1.7 Análisis de la industria**

Para el análisis de la industria se analizó aspectos relevantes dentro del mercado tomando en consideración quienes serán los clientes, proveedores y la competencia existente o la que pueda aparecer cuando la empresa o el negocio ya esté en funcionamiento. De tal manera tomando en consideración algunas observaciones realizadas tenemos:

- **Clientes:** Los principales clientes del local “Chachi Papas” serán los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, docentes y personal del mismo, además de todo el público en general, quienes habitan cerca al sector El Ejido donde su ubicara el local de comida rápida.
- **Proveedores:** Para la elaboración de los diversos platos que se van ofrecer en el local de comida rápida no se va a tener un proveedor definido ya que los productos necesarios serán adquiridos en diferentes puestos o negocios como el mercado, locales de embutidos, y demás negocios que dispongan lo necesario para la elaboración de los platos que se van a ofertar.
- **Competencia actual:** La competencia actual existente son todos los locales y puestos de comida rápida que se encuentran ubicados por el sector El Ejido quienes son considerados competencia directa y se encargan de ofrecer algunos platos en especial las papas fritas. Por otra parte, también tenemos la posible competencia es decir los negocios de comida rápida que puedan aparecer o crearse a futuro.

### **6.1.8 Ventajas Competitivas**

Las ventajas competitivas se toman en consideración de acuerdo a un análisis realizado de manera empírica de los diferentes locales y puestos existentes que se encuentran cerca al

sitio donde se va a ubicar el local de comida rápida. Por lo que entre las ventajas competitivas que tendrá el local “Chanchi Papas” tenemos:

- Local cómodo para las distintas áreas del local
- Variedad y calidad de los diferentes productos que se ofertan
- Precios accesibles de acuerdo a las posibilidades de los habitantes y personas aledañas al sector donde se ubica el local de comida rápida
- Tener un servicio de calidad donde se cumplan las expectativas de los clientes con relación al tipo y manera de atención, la cual se da mediante personal capacitado.
- Puntualidad en los envíos, esta se puede dar mediante el uso de un sistema que se encargue de la recepción y despacho de los pedidos de manera rápida y optima
- Existencia del personal capacitado que aporte al desarrollo ágil y confiable de las distintas actividades que se desarrollan en el local

## 6.2 Estudio de mercado

### 6.2.1 Características del segmento del mercado

Para determinar las características del segmento del mercado al que pertenece el local “Chanchi Papas” se toma en consideración varios aspectos como el tamaño, ubicación, variables demográficas y socioeconómicas.

**TABLA 16:** SEGMENTO DEL MERCADO

Tamaño	Para la segmentación del tamaño se tomó en consideración los locales de comida rápida aledaños los cuales ofrecen los mismos productos. De tal manera “Chanchi Papas” está catalogada como empresa pequeña
Ubicación	Ciudad Latacunga, Barrio San Felipe, sector “El Ejido”
Variables demográficas	Todas las personas que habitan o se encuentren por el sector “El Ejido”, desde los 5 años de edad hasta los 60 años.
Variable socioeconómica	Se enfoca todas las personas sean de clase media y alta, quienes puedan solventar sus gastos.

**Responsable:** Aylin Cando

### 6.2.2 Demanda potencial

Se va determinar la cantidad de personas quienes pueden solicitar y consumir comida rápida en un determinado tiempo por lo que se expresa tomando en consideración la población existente en el sector “El Ejido” y la tasa de crecimiento que es del 1,53%

**TABLA 17:** DEMANDA POTENCIAL

Periodos	Años	Población	Porcentaje	D. Potencial
0	2023	30661	97%	29741
1	2024	31130	97%	30196
2	2025	31606	97%	30658
3	2026	32089	97%	31126
4	2027	32579	97%	31602
5	2028	33077	97%	32085

*Responsable: Aylin Cando*

La demanda potencial para el local de “Chanchi Papas” se obtuvo tomando en consideración la población existente en el sector El Ejido y la cantidad de estudiantes de la Universidad, quienes serán los principales clientes, además se tomó en cuenta el 97% que hace referencia al porcentaje de personas que consumen comida rápida esto de acuerdo a la pregunta 1 de la encuesta realizada

### 6.2.3 Estudio de la competencia

Actualmente el mercado de comida rápida se ha ido incrementando en varios sitios por lo que existe variedad de restaurantes, locales o negocios que ofrecen algún tipo de comida rápida un ejemplo claro es en el sector el Ejido donde hay varios locales que ofrecen este tipo de comida ya que se caracterizan por ser de fácil y rápida preparación.

**TABLA 18:** ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

<b>Actividades</b>	<b>El Condorito</b>	<b>Las papitas de la UTC</b>	<b>Crustáceo</b>	<b>Móvil 1</b>	<b>Móvil 2</b>	<b>Propuesta</b>
<b>Beneficios del Producto</b>	El sabor es muy rico y tiene un amplio espacio para la atención	Están a disposición de todas las personas	El producto que se ofrece esta cerca a los principales clientes	Los productos se ajustan a las necesidades de los clientes	Tiene un buen sabor y la atención es rápida	Los productos son variados y a elección de los clientes
<b>Solución Producto</b>	Variar el menú de los platos que se ofrece	Aumentar la publicidad del local	Variar el producto y establecer métodos de publicidad	Disponer de un sitio adecuado para los clientes	Mejorar las estrategias de venta y lugar de atención.	Ofrecer un producto de calidad variado y
<b>Propuesta de valor única</b>	Posee un sitio amplio y adecuado para los clientes	El sitio es adecuado y ofrece gratuito un jugo	Está situado muy cerca de los principales clientes	Es visitado por cualquier cliente	Toma en cuenta los gustos y preferencias del cliente	Está disponible la atención con un horario de 8am a 5pm.
<b>Precio</b>	Tiene desde 2 en adelante	Su precio varía por lo general va desde 1,50	Es muy adecuado desde 1,50	Toma en cuenta las posibilidades de clientes	El precio va desde el básico 1,50	Va ser variado desde 1 dólar hasta lo que desee el cliente

---

<b>Opinión del mercado</b>	El local está bien situado y es amplio para varios clientes	Están ubicados muy abajo de los clientes y no es muy conocido	Les falta publicidad del lugar ya que el sitio es en un pasaje	Son buenos los productos, pero no disponen de un sitio para los clientes	Existe de precios variados, pero les falta un horario ya que solo atienden la mañana	Los productos son variados, tiene precios accesibles y el lugar será cercano a los clientes
----------------------------	---	---	--	--	--	---

---

*Responsable: Aylin Cando*

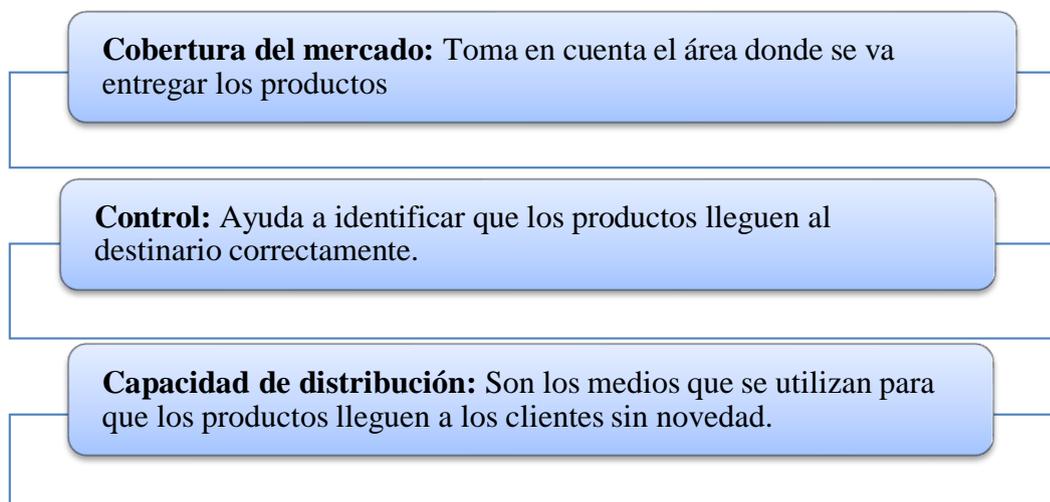
#### 6.2.4 Conclusiones del estudio de mercado

Tomando en consideración los datos obtenidos del estudio de mercado se determina que el 97% de la población consume comida rápida por lo que la demanda potencial es de 29741 personas lo que significa que si existe mercado suficiente para ofrecer los productos y el local tendrá buena aceptación.

Por otra parte, se pudo observar mediante el análisis de la competencia que los locales de comida rápida tienen algunas desventajas como el no poseer un sitio adecuado para los clientes, no disponen de variedad de tipos de comida rápida, no cuentan con servicio a domicilio y algunos están un poco alejados de los posibles clientes, lo cual ayuda al nuevo local que se va a crear a mejorar todos estos aspectos a fin de ofrecer un servicio de calidad donde los clientes queden satisfechos y dicho local sea reconocido y aceptado.

#### 6.2.5 Selección del sistema de distribución

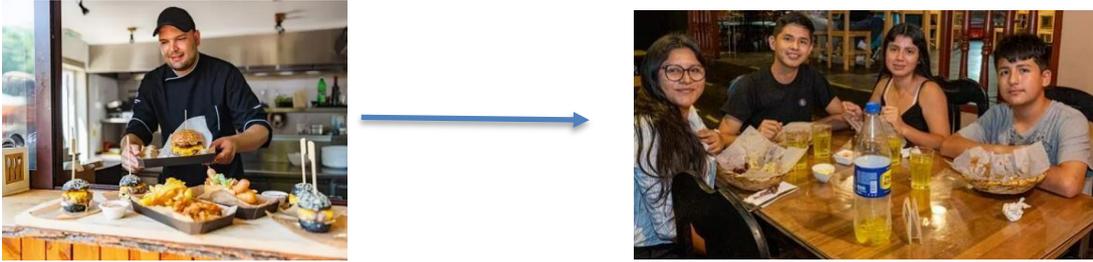
Para la selección del sistema de distribución de toma en cuenta tres aspectos importantes que ayudan que el producto llegue al consumidor sin ningún contratiempo.



**Responsable:** Aylin Cando

Tomando en consideración estos aspectos el sistema de distribución del local "Chanchi Papas" será de manera directa mediante una atención personalizada hacia el cliente empleando sistemas de cobro en efectivo o por transferencia. Y será indirecta mediante la ayuda de un intermediario cuando las entregas sean a domicilio.

### ILUSTRACIÓN 17: DISTRIBUCIÓN DIRECTA



*Fuente: Imágenes internet*  
*Responsable: Aylin Cando*

### ILUSTRACIÓN 18: DISTRIBUCIÓN INDIRECTA



*Fuente: Imágenes internet*  
*Responsable: Aylin Cando*

#### 6.2.6 Diseño del empaque del Producto

Solo se utilizará cuando los clientes soliciten los platos de comida rápida a domicilio o para llevar, por lo que serán entregados mediante contenedores desechables, los mismos que serán envueltos en plástico stretch que ayudan a mantener calientes los productos hasta que lleguen a su destino y además serán entregados en fundas de cartón con el logo del local.

#### 6.2.7 Costeo del producto

$$\text{Costo Total} = \text{Costos variables} + \frac{\text{Costos fijos anuales}}{\text{Producción anual}}$$

**TABLA 19:** COSTEO DEL PRODUCTO COSTOS FIJOS

Electricidad	\$45
Agua	\$30
Internet	\$20
Arriendo	\$100
Gasto Sueldos por 2 trabajadores	\$460
<b>Total Costo fijo mensual</b>	<b>\$ 655</b>
<b>Total Costo fijo anual</b>	<b>\$ 7860</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 20:** COSTEO MATERIA PRIMA

<b>Materia prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total anual</b>
Carne	3 lb	\$2,50 c/u	\$360
Pollo	10 sem	\$6	\$2880
Salchichas	2 sem	\$2,50	\$240
Papas	3 sem	\$25	\$3600
Nuggets	50 anual	\$1	\$50
Doritos	1paq. Sem	\$3,20	\$153.60
Choclos	1 ql sem	\$15	\$180
Pan	1 sem	\$3,5	\$168
Aceite	5 gal año	\$35	\$175
Sal	3 fundas año	\$ 12	\$ 36
<b>Insumos</b>			
Reposteros	4 paq. Sem	\$2,40	\$230,40
Tenedores	3 paq. Sem	\$1,12	\$161,28
Servilletas	5 paq. Sem	\$2,40	\$576
Empaque	1	\$16	\$16
<b>TOTAL Variables</b>			<b>=8826,28</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 21: COSTO POR PRODUCTOS**

Papas	74 unidades diarios	17.760 año
Doritos	6 diarios	1.440
Hot dogs	2 diario	480

*Responsable: Aylin Cando*

$$\text{Costo total} = 8.826,28 + \frac{7.860}{17.760} = 8.8826,72 \text{ papas}$$

$$\text{Costo total} = 8.826,28 + \frac{7.860}{1.440} = 8.831,74 \text{ Doritos}$$

$$\text{Costo total} = 8.826,28 + \frac{7.860}{480} = 8.842,62 \text{ Hot dogs}$$

### **6.2.8 Precio del producto**

El precio de venta se calcula tomando en consideración el 30% del margen de ganancia más el 3% de comisiones de venta establecido

Papas  $8.826,72 * 0,33 = 2.912,82$       Precio de venta  $17.760 / 2.912,82 = 1,63$

Doritos  $8.831,74 * 0,33 = 2.914,47$       Precio de venta  $1.440 / 2.914,47 = 1$

Hot dogs  $8.842,66 * 0,33 = 2.918,08$       Precio de venta  $480 / 2.918,08 = 1,50$

### **6.2.9 Acciones para introducir el producto al mercado**

El local “Chanchi Papas” para dar a conocer sus productos se basarán en técnicas de publicidad entre estas tenemos:

- ✓ Promocionar el local mediante redes sociales
- ✓ Ofrecer promociones por la compra de los productos
- ✓ Distribuir material publicitario como volantes, trípticos
- ✓ Innovar en la elaboración del producto
- ✓ Mejorar los productos añadiendo más ideas que la competencia no dispone

### 6.2.10 Pronóstico de ventas

**TABLA 22:** PRONÓSTICO DE VENTAS

Productos	Unidades	Precio	Total	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Papas	1.760	1,63	28.948,8	28.080,34	29.383,03	29.823,77	30.271,13	30.725,20
Hot dogs	480	1,5	720	720	730,8	741,76	752,88	764,18
Dorilocos	1440	1	1.440	1.440	1.461,60	1.483,52	1.505,77	1.528,36
<b>Total</b>			<b>31.108,80</b>	<b>31.575,43</b>	<b>32.049,63</b>	<b>32.529,79</b>	<b>33.017,74</b>	

*Responsable: Aylín Cando*

## 6.3 Estudio Técnico

### 6.3.1 Especificaciones del producto

**Papas Fritas:** Las papas fritas tiene ingredientes seleccionados para la elaboración del platillo, su principal ingrediente son las papas las cuales son cocidas mediante aceite caliente y van acompañadas de pollo, carne o salchicha de acuerdo a los requerimientos del cliente, y finalmente van acompañados de aderezos como ensalada y salsas al gusto.

**Hot dogs:** Conocidos como perros calientes, estos se preparan con salchichas de buena calidad cocinándolas y van colocadas dentro de un pan acompañado con vegetales que brindan gran cantidad de nutrientes, complementos o aderezos y salsas que complementan su sabor.

**Dorilocos:** Se caracterizan por ser snacks deliciosos, su platillo se elabora con una funda de doritos en la cual se coloca nuggets, carne molida, guacamole choclo, queso cheddar, y salsas al gusto.

### 6.3.2 Descripción del proceso de producción

#### Adquisición de productos

- ✓ Búsqueda y selección de los alimentos necesarios para la elaboración de los productos
- ✓ Compra de la materia prima
- ✓ Pago al vendedor

- ✓ Almacenamiento de alimentos en el sitio adecuado

### **Preparación Papas Fritas**

- ✓ Selección de la materia prima a utilizar
- ✓ Lavado, corte de las papas y fritura de las mismas
- ✓ Alineado del pollo y carne
- ✓ Elección del menú con pollo, carne, salchicha o mixta
- ✓ Preparación del plato solicitado por el cliente
- ✓ Entrega del producto al consumidor y se puede acompañar con alguna bebida
- ✓ Cobro del platillo al consumidor

### **Preparación Hot Dog**

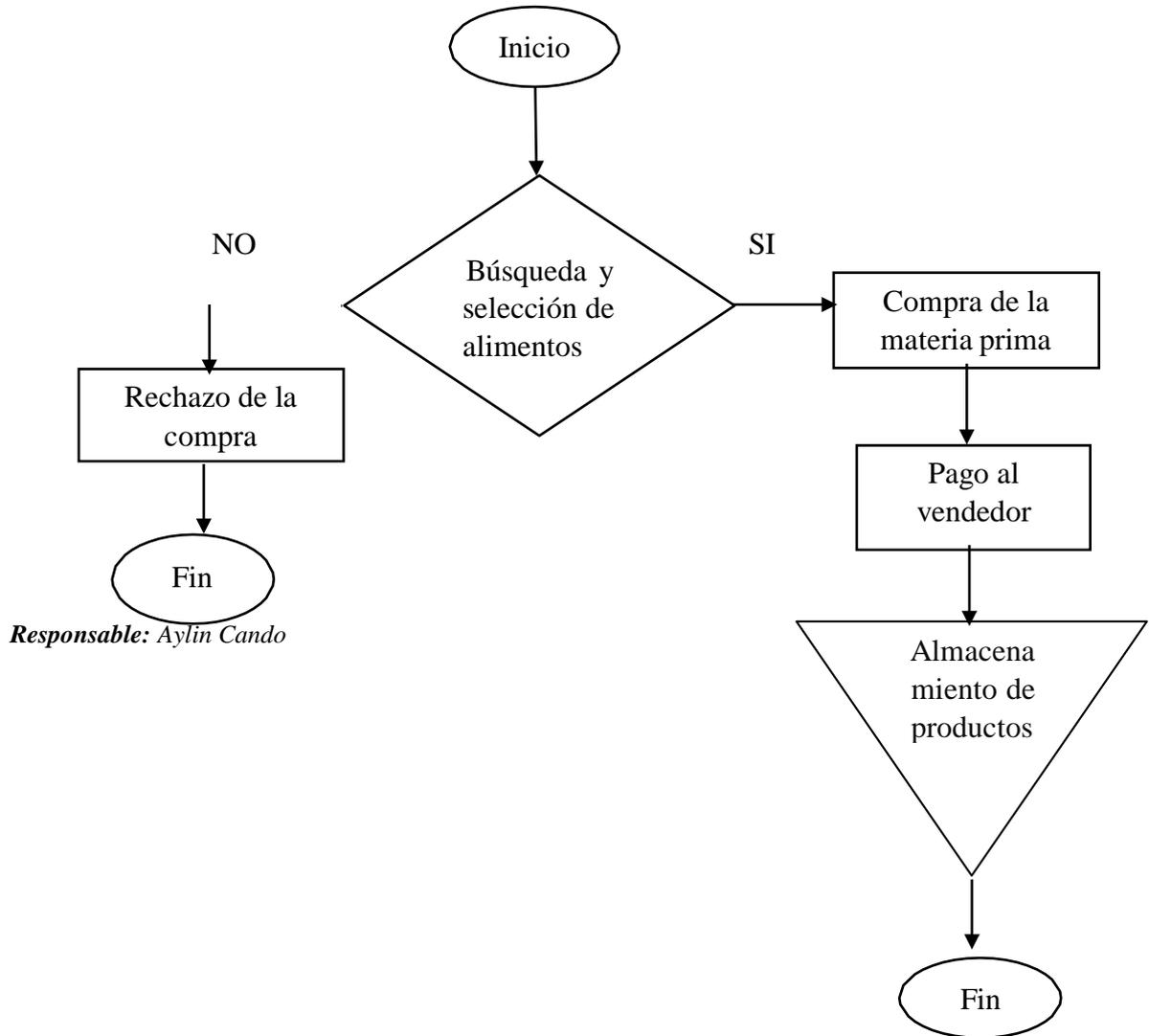
- ✓ Cocción de la salchicha
- ✓ Elaboración de la ensalada
- ✓ Selección del pan
- ✓ Preparación del hot dog
- ✓ El producto puede ser acompañado por alguna bebida
- ✓ Entrega del producto al cliente
- ✓ Cobro al cliente

### **Preparación Dorilocos**

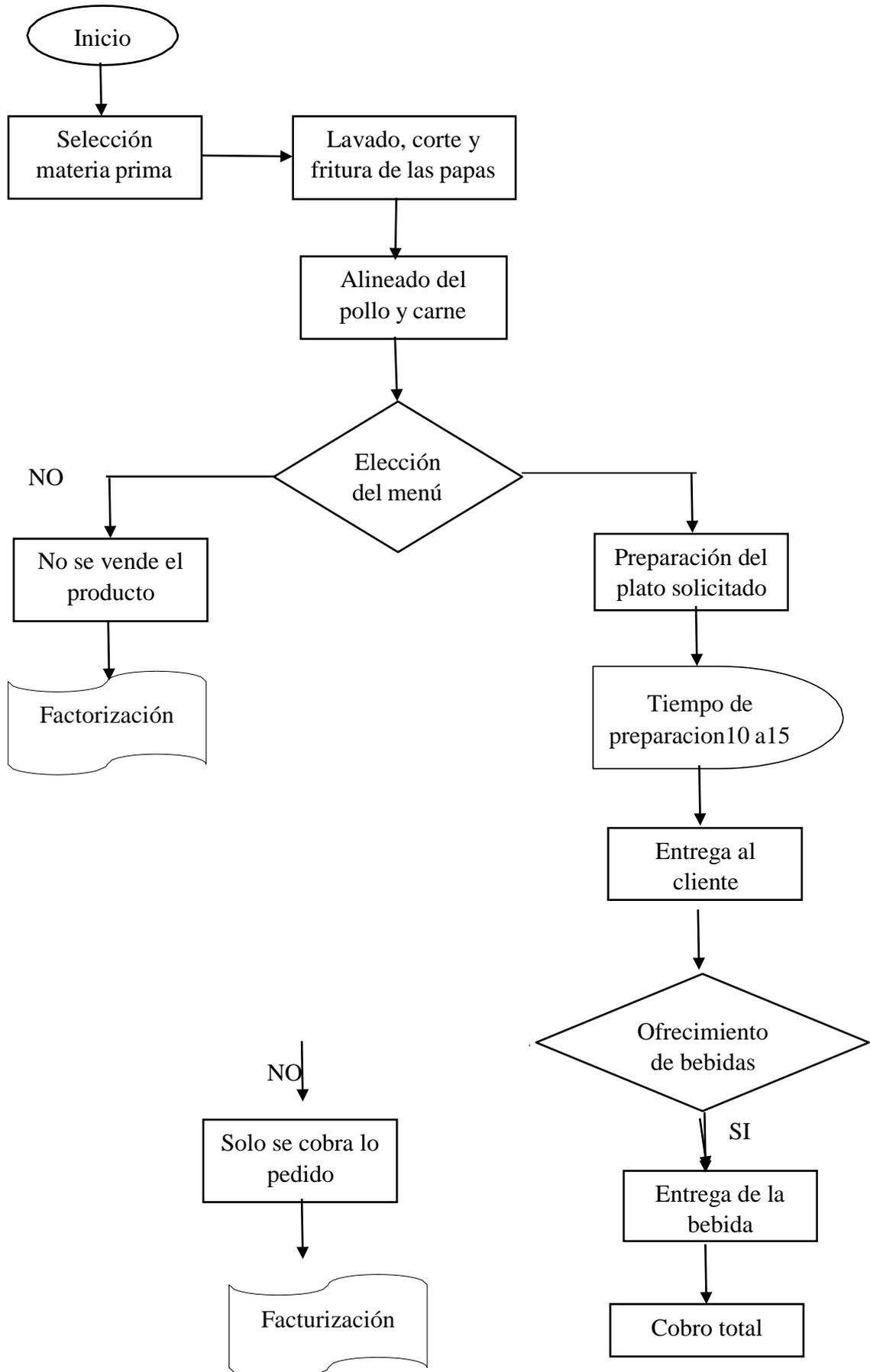
- ✓ Recepción del pedido realizado por el consumidor
- ✓ Fritura y cocción de los alimentos carne, nuggets y choclo
- ✓ Elaboración de la ensalada
- ✓ Preparación del dorito
- ✓ Entrega del producto al cliente
- ✓ Cumplimiento del pedido
- ✓ Cobro del producto al cliente.

### 6.3.3 Diagrama de flujo del proceso

#### Adquisición de los productos



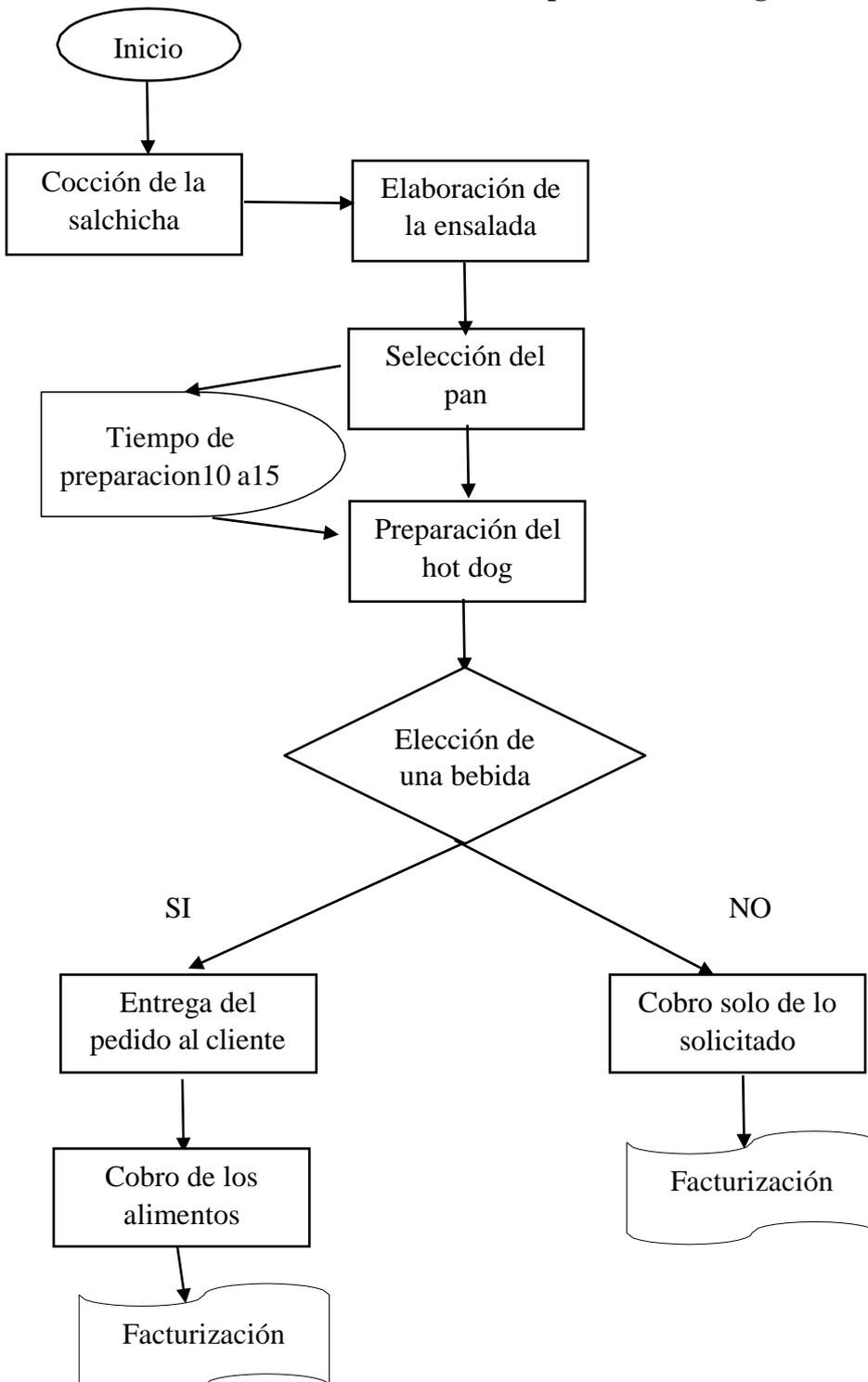
## Preparación Papas fritas





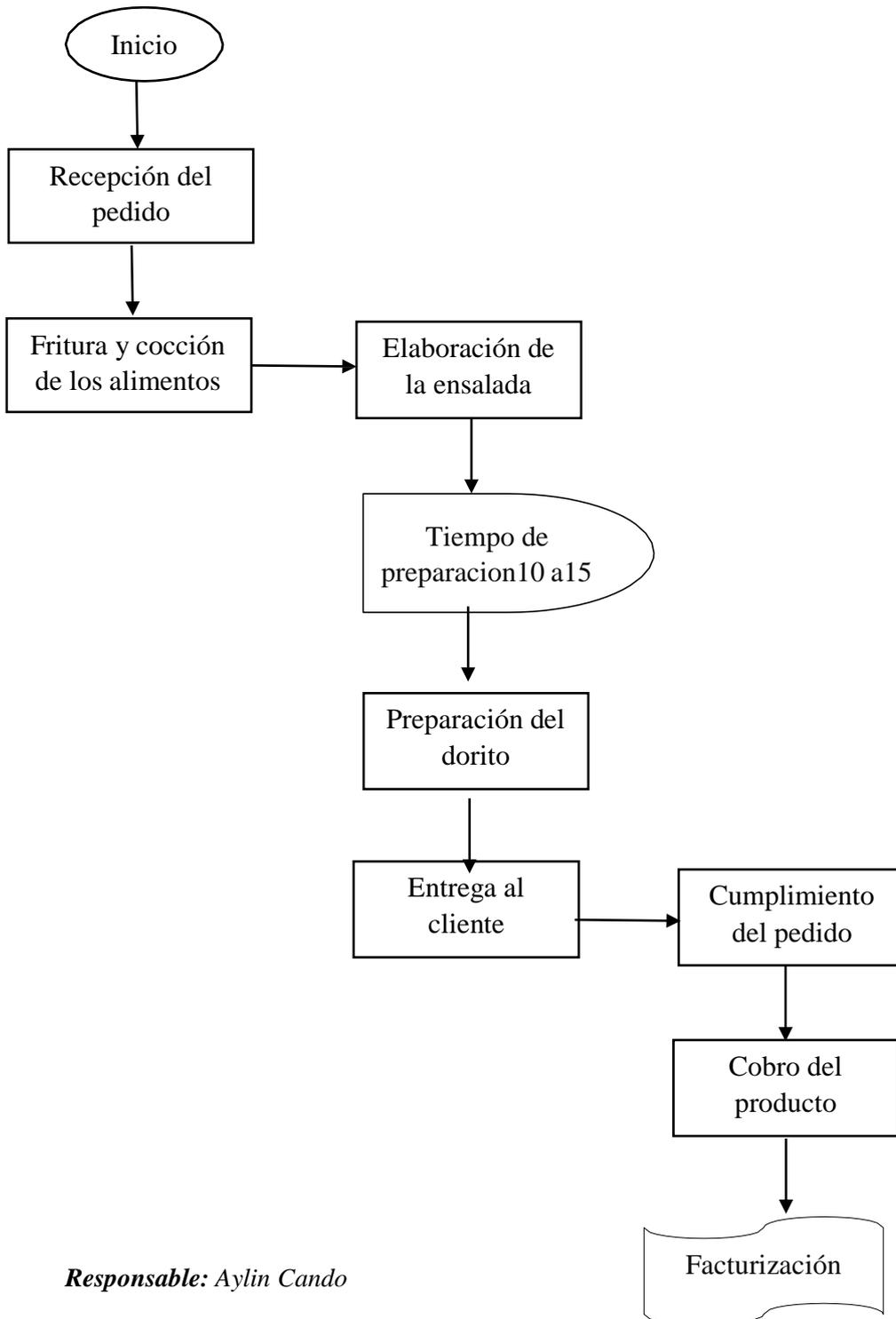
*Responsable: Aylin Cando*

### Preparación Hot dogs



*Responsable: Aylin Cando*

## Preparación Dorilocos



**Responsable:** Aylin Cando

### 6.3.4 Capacidad instalada de la planta

Para la capacidad instalada de la planta se tomó en consideración el horario normal que por ley un trabajador debe laborar en un negocio, además se tomó en cuenta el número de clientes que se puede atender dentro del negocio.

**TABLA 23:** CAPACIDAD HORAS DE TRABAJO

<b>Días Laborables</b>	<b>Horas días</b>	<b>Horas Almuerzo</b>	<b>Horas disponibles</b>	<b>Horas semana</b>	<b>Horas Año</b>
Lunes – Viernes	8	1	7	7*5=35	1680

*Responsable: Aylin Cando*

La capacidad instalada de horas de trabajo se basó en los días que el local va a atender por lo que se laborará 35 horas semanales y 1680 horas al año.

**TABLA 24:** CAPACIDAD MÁXIMA DE CLIENTES

<b>Capacidad máxima clientes</b>	<b>Horas atención local</b>	<b>Capacidad instalada</b>	<b>C. instalada anual</b>	<b>% de utilización</b>	<b>C. Utilizada anual</b>
20 diarios	8	160	38400	35%	13440

*Responsable: Aylin Cando*

La capacidad máxima de clientes en el local es de 20 personas durante las 8 horas diarias de trabajo por lo que la capacidad instalada anual es de 38400 personas anuales, y de acuerdo al porcentaje de que dictamina el ministerio de turismo para hoteles y restaurantes que recién estén empezando la utilización del local es del 35% dando como resultado 13440 personas al año.

### 6.3.5 Ubicación de la empresa

Tomando en consideración la macro localización el local de comida rápida “Chanchi Papas” se ubicará a nivel nacional en el país de Ecuador perteneciente a la región Sierra, exactamente en la provincia de Cotopaxi, la misma que se caracteriza por su actividad principal que es la agricultura donde los habitantes se dedican al cultivo de hortalizas y otros productos

destinados a la comercialización como la papa, la cual constituye la materia prima principal para la elaboración de los distintos platos de comida rápida.

#### ILUSTRACIÓN 19: MACRO LOCALIZACIÓN



*Fuente: Google maps*  
**Responsable: Aylin Cando**

Sin embargo, de acuerdo a la micro localización el local “Chanchi Papas” se ubicará en la ciudad de Latacunga, en el barrio San Felipe, sector El Ejido frente a la Universidad Técnica de Cotopaxi, en la Av. Simón Rodríguez y Montevideo la cual es una zona comercial y transitada por los estudiantes de dicha universidad quienes serán los principales clientes del negocio.

#### ILUSTRACIÓN 20: MICRO LOCALIZACIÓN



*Fuente: Google maps*  
**Responsable: Aylin Cando**

### 6.3.6 Ponderación de la localización

La matriz de ponderación permitirá elegir el mejor sitio donde va estar situado el local de comida rápida, donde la opción 1 se establece el sector El Ejido cerca a la UTC, la segunda opción se plantea en el barrio La Calera y la tercera y última opción se plantea por el Parque central de San Felipe, todas estas opciones pertenecen a zonas aledañas al sector el Ejido el cual se plantea en el presente proyecto

**TABLA 25:** CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Variables	Criterios de Evaluación de proyectos							
	%	Opción 1	Nota	Opción 2	Nota	Opción 3	Nota	
Infraestructura general	15%	5	0,75	3	0,45	2	0,3	
Recursos Económicos	15%	4	0,6	2	0,3	2	0,3	
Ubicación Geográfica	10%	4	0,4	3	0,3	3	0,3	
Agua	10%	5	0,5	4	0,4	5	0,5	
Luz	10%	3	0,3	5	0,5	5	0,5	
Internet	10%	3	0,3	3	0,3	2	0,2	
Línea de Buses	15%	3	0,45	2	0,3	2	0,3	
Accesibilidad	15%	6	0,9	3	0,45	2	0,3	
Resultado	100%	33	4,2	25	3	23	2,7	

*Responsable:* Aylín Cando

Tomando en consideración los criterios de evaluación, obteniendo un puntaje de 33 a la opción 1 siendo la mayor entre las 3 propuestas, se determina que la mejor alternativa para la creación de la sucursal de las “Chanchi papas” es en el sector El Ejido cerca de la Universidad Técnica de Cotopaxi ya que los estudiantes de dicha institución, los estudiantes del colegio cercano y los moradores del sector serán los principales clientes.

### 6.3.7 Equipo e Instalaciones

Las instalaciones del local de comida rápida “Chanchi Papas” serán las adecuadas para el desarrollo de las actividades a fin de cumplir los objetivos del negocio, por lo que para la elaboración de los distintos platos de comida rápida del local se emplearán algunos equipos y materiales necesarios.

**TABLA 26:** EQUIPOS Y MATERIALES

**Cocina:** Es el principal equipo que se va a utilizar para la elaboración de la comida rápida, ya que se encargara de freír los alimentos necesarios para los consumidores.



**Tanque de gas:** Constituye un elemento importante que es parte de la cocina, por lo que le ayuda a buen funcionamiento de la misma y así cumplir con los pedidos solicitados por los clientes.



**Refrigerador:** Aporta significativamente en un local o negocio dedicado a la elaboración de cualquier tipo comida. Este ayuda a mantener frescos los alimentos evitando así que no perduren y se dañen hasta el momento de su utilización.



**Sartén:** Es una herramienta necesaria y útil para la creación de la comida rápida, este es empleado para freír los alimentos necesarios que se van a ofertar como las papas, carne salchicha y demás productos necesarios para la elaboración de los productos.



**Canastilla escurridora:** Ayuda a cernir el aceite utilizado en la elaboración de fritos, en especial en un local de comida rápida permite quitar el exceso de aceite de las papas fritas.



**Utensilios de cocina:** Son herramientas de ámbito culinario, son utilizados para preparar los alimentos evitando que estos se dañen o se quemen, además los utensilios ayudan servir los alimentos adecuadamente.



**Platos y tenedores:** Permiten ofrecer los distintos platos de comida rápida a los clientes de manera adecuada manteniendo un control de sanidad y calidad óptimo.

---

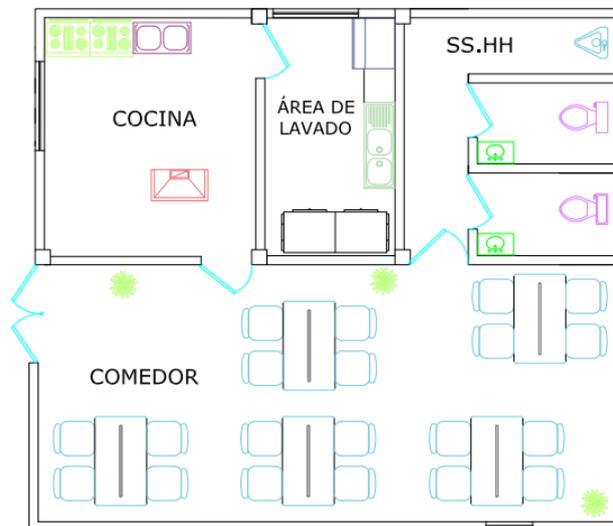
*Responsable: Aylin Cando*

### **6.3.8 Distribución de la planta**

Para la implementación y buen funcionamiento del local de comida rápida, es necesario que dicho local cuente con una muy buena infraestructura. De tal manera el local “Chachi

Papas” para un correcto desempeño tendrá las áreas necesarias para una adecuada atención a los distintos clientes.

### ILUSTRACIÓN 21: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



*Responsable: Aylin Cando*

- ✓ **Área de preparación de alimentos:** Esta área es la principal dentro del local comida rápida, es conocida también como área de cocina ya que es donde se elaborará los productos, por lo cual dicho sitio va a estar equipado con todos los implementos y utensilios necesarios que ayuden y complementen la preparación de la comida que se van a ofrecer a clientes.
- ✓ **Área de lavado:** Esta área es parte de la cocina por lo que estará destinada exclusivamente para el mantenimiento de los alimentos antes de ser utilizados, además aportará en la limpieza de los equipos y herramientas empleados para la preparación de los productos.
- ✓ **Área de caja y atención:** En este sitio se receptorá los pedidos de los distintos clientes, a fin de satisfacer sus gustos y necesidades, además se cobrará el valor de los mismos.
- ✓ **Comedor:** Se caracteriza por ser el sitio más amplio que las demás partes local, es donde los clientes consumen la comida solicitada. Este sitio cuenta con mesas y sillas adecuadas para que los clientes pases un momento ameno.
- ✓ **Sanitario:** Es una parte fundamental en un negocio, está destinada para el uso personal tanto del personal que labora en el local, así como también para el uso de los clientes.

### 6.3.9 Plan agregado de producción

El local de comida rápida “Chanchi Papas” su plan agregado de producción se basará de acuerdo al crecimiento del número de productos que soliciten los clientes cada día, ya que por ser platos y alimentos preparados no pueden ser guardados si no que deben ser consumidos en el día que se los prepara.

Y tomando en cuenta que el presente local por ser nuevo en el sector primero debe acaparar clientes a través de técnicas de publicidad que permitan iniciar sus ventas con un número de productos aceptable.

### 6.3.10 Materia Prima

**TABLA 27: MATERIA PRIMA A UTILIZAR**

<b>Materia prima</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total anual</b>
Carne	3 lb	\$2,50 c/u	\$360
Pollo	10 lb	\$6	\$2880
Salchichas	2 kg	\$2,50	\$240
Papas	3 qq	\$25	\$3600
Nuggets	50 kg	\$1	\$50
Doritos	1paq. Sem	\$3,20	\$153.60
Choclos	1 qq	\$15	\$180
Pan	1 sem	\$3,5	\$168
Aceite	5 gal año	\$35	\$175
Sal	3 fundas año	\$ 12	\$ 36
<b>TOTAL</b>			<b>=7.842,60</b>

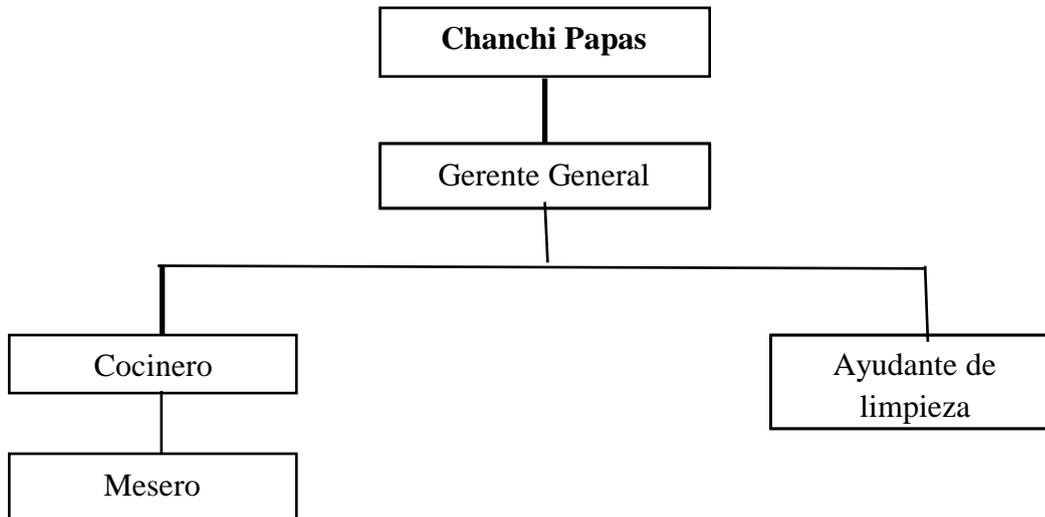
*Responsable: Aylin Cando*

### 6.3.11 Manejo de inventarios

El manejo de inventarios permite llevar un control de los materiales y productos que tiene un negocio o empresa, es así que tomando en consideración que el local de comida rápida “Chanchi Papas” se dedica a la elaboración y venta alimentos, el control va a llevarse mediante el método PEPS que toma en consideración que lo primero que ingresa es lo primero que debe salir, esto debido a lo anteriormente mencionado que la comida preparada no se puede guardar sino es para consumirse en el día que se lo prepara.

## 6.4 Organización

### 6.4.1 Organigrama de la empresa



*Responsable: Aylín Cando*

### 6.4.2 Mano de obra requerida

Para la elaboración de los distintos platos de comida rápida que se van a ofertar en el local “Chanchi Papas” se van a necesitar de tres trabajadores, los mismos que van a estar altamente capacitados para el desarrollo de sus actividades de acuerdo a cada una de sus áreas. Por otra parte, el sueldo por la mano de obra de cada trabajador será de \$460 establecidos de acuerdo a la ley.

### 6.4.3 Perfil y descripción del puesto

**TABLA 28:** PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL GERENTE GENERAL

<b>Gerente General</b>	
Perfil del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título en administración de empresas</li> <li>✓ Experiencia mínima de 2 años</li> <li>✓ Capacidad de negociación</li> </ul>
Descripción del puesto:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Es el encargado de representar legalmente a la empresa</li> <li>✓ Planificar y administrar el negocio de acuerdo a las políticas del mismo.</li> <li>✓ Controlar el efectivo del proceso de producción de comida rápida</li> <li>✓ Seleccionar y organizar al personal adecuado.</li> </ul>

✓

---

 Cumplir con el pago de sueldos a empleados
 

---

**TABLA 29: PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL COCINERO**

<b>Cocinero</b>	
Perfil del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título nivel básico</li> <li>✓ Conocimientos básicos en preparación de alimentos</li> <li>✓ Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo</li> <li>✓ Experiencia mínima de un año en trabajos relacionados en la preparación de comida rápida</li> </ul>
Descripción del puesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Supervisar y coordinar todas las operaciones relativas a la cocina.</li> <li>✓ Verificar la existencia necesaria de los distintos alimentos para la elaboración de los platos.</li> <li>✓ Cumplir con la elaboración de los pedidos solicitados por los clientes</li> <li>✓ Preparación y envasado de los pedidos solicitados a domicilio</li> </ul>

---

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 30: PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL MESERO**

<b>Mesero</b>	
Perfil del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título básico o curso de mesero</li> <li>✓ Experiencia de 3 a 6 meses en el cargo</li> <li>✓ Conocimientos en atención al cliente</li> <li>✓ Llevar el control de los clientes mediante la toma de pedidos</li> </ul>
Descripción del puesto:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sugerir al cliente bebidas que acompañen al plato solicitado</li> <li>✓ Trabajar bajo presión siendo responsable directo de la atención a los clientes</li> <li>✓ Entregar rápidamente los platos solicitados.</li> <li>✓ Mantener el orden de cada mesa, silla o sitio que van a ser utilizados</li> <li>✓ Cumplir con las expectativas de los clientes</li> </ul>

---

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 31:** PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL ENCARGADO DE LIMPIEZA

Perfil del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título no indispensable</li> <li>✓ Conocimientos necesarios en el área de limpieza</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar la limpieza de todo el local antes y después de que las instalaciones sean utilizadas</li> </ul>
Descripción del puesto:	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mantenimiento basado en la limpieza de todas las áreas del local</li> <li>✓ Tener el control de todos los implementos de limpieza y notificar la inexistencia o escases de los mismos, notificando al dueño del negocio.</li> </ul>

*Responsable: Aylin Cando*

## 6.5 Estudio Financiero

### 6.5.1 Depreciaciones

**TABLA 32:** DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Activo	Precio	Años de vida útil	% Depreciación	Depreciación anual
Cocina	\$ 150	10	10%	15
Refrigerador	\$ 500	10	10%	50
5 Mesas 15c/u	\$ 75	10	10%	7,5
20 Sillas 5c/u	\$ 100	10	10%	10
Utensilios	\$ 25	20	5%	1,25
<b>Total</b>				<b>83,75</b>

*Responsable: Aylin Cando*

### 6.5.2 Estados financieros proyectados

**TABLA 33:** ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>Local de comida rápida "Chanchi Papas"</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>
<b>Corriente</b>		\$23.499	
Caja	\$ 1.000	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>
Materia prima	\$22.499		
<b>Propiedad</b>			
<b>planta y equipo</b>	\$ 850		
Maquinaria de		<b>PATRIMONIO</b>	
cocina	\$ 650		
Muebles y		Capital	\$ 24.349
enseres	\$ 175		
Utensillos	\$ 25		
<b>TOTAL</b>		<b>TOTAL PASIVOS Y</b>	
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$24.349</b>	<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 24.349</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 34:** ESTADO DE RESULTADOS

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>Local de comida rápida "Chanchi Papas"</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	31.108,8	31.575,43	32.049,06	32.529,79	333.017,74
Costo de venta	8.826,28	8.826,28	8.826,28	8.826,28	8.826,28
<b>Total Ingresos</b>	<b>22.282,52</b>	<b>22.749,15</b>	<b>23.222,78</b>	<b>23.703,52</b>	<b>24.191,47</b>
<b>EGRESOS</b>					
Gsto. Arriendo	1200	1200	1200	1200	1200
Gsto. Sueldos	5.520	5.520	5.520	5.520	5.520
Gsto Servicios Básicos	1.140	1.140	1.140	1.140	1.140
Depreciación	83,75	83,75	83,75	83,75	83,75

<b>Total Egresos</b>	<b>7.943,75</b>	<b>7.943,75</b>	<b>7.943,75</b>	<b>7.943,75</b>	<b>7.943,75</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>14.338,77</b>	<b>14.805,40</b>	<b>15.279,03</b>	<b>15.759,77</b>	<b>16.247,72</b>
(-) 15% R. Trabajadores	2.150,82	2.220,81	2.291,86	2.363,97	2.437,16
<b>Utilidad antes de IR</b>	<b>12.187,95</b>	<b>12.584,59</b>	<b>12.987,18</b>	<b>13.395,80</b>	<b>13.810,56</b>
(-) 25% Imp. Renta	3.046,99	3.146,15	3.246,79	3.348,85	3.452,64
<b>Utilidad neta</b>	<b>9.224,72</b>	<b>9.522,19</b>	<b>9.824,13</b>	<b>10.130,60</b>	<b>10.441,67</b>

*Responsable: Aylin Cando*

**TABLA 35:** FLUJO DE EFECTIVO

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Utilidad Neta	<b>9.224,72</b>	<b>9.522,19</b>	<b>9.824,13</b>	<b>10.130,60</b>	<b>10.441,67</b>
Depreciación	83,75	83,75	83,75	83,75	83,75
<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>9.224,72</b>	<b>9.522,19</b>	<b>9.824,13</b>	<b>10.130,60</b>	<b>10.441,67</b>

*Responsable: Aylin Cando*

### 6.5.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio en el local de comida rápida “Chanchi Papas” nos permitirá igualar los ingresos y gastos.

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Costos variables} - \text{Precio de venta}}$$

$$PE = \frac{7.860}{8.826,28 - 2.912,82} = 1,33 \text{ papas}$$

$$PE = \frac{7.860}{8.826,28 - 2.914,47} = 1,33 \text{ doritos}$$

$$PE = \frac{7.860}{8.826,28 - 2.918,18} = 1,33 \text{ Hot dogs}$$

### 6.5.4 Capital de trabajo

Es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial del negocio, representa la inversión realizada para empezar el negocio. De tal manera según es estado de situación inicial el capital de trabajo será de \$24349 dólares al año

### 6.5.5 Sistema de financiamiento

Para la creación del local "Chanchi Papas" no es necesario un financiamiento ya que para la inversión inicial se requiere \$24349 al año, los mismos que se irán cubriendo de acuerdo a las ventas mensuales que se realicen y por ser comida rápida se obtendrá una muy buena aceptación por parte de los clientes.

### 6.5.6 Evaluación económica

La evaluación económica en el local de comida rápida "Chanchi Papas" permitirá determinar la factibilidad del negocio mediante el uso de indicadores, los cuales ayudan a conocer si es bueno o no crear dicho negocio.

- **Valor Actual Neto**

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \frac{F4}{(1+i)^4} + \dots$$

$$VAN = -24349 + \frac{8.386,11}{(1 + 0,10)^1} + \frac{8.918,31}{(1 + 0,10)^2} + \frac{9.211,20}{(1 + 0,10)^3} + \frac{9.508,47}{(1 + 0,10)^4} + \frac{9.810,20}{(1 + 0,10)^5}$$

**TABLA 36:** CÁLCULO VAN

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN	-24349	9.224,72	9.522,19	9.824,13	10.130,60	10.441,67
VAN	\$ 8.315,73					

*Responsable:* Aylin Cando

Tomando en consideración el flujo del efectivo de los cinco años y el valor inicial de inversión se puede identificar que el valor actual neto será de \$\$ 8.315,73 siendo positivo, lo cual nos permite evidenciar que el proyecto de comida rápida si será factible.

- **Tasa Interna de Retorno**

Utilidad Neta	-24349	\$9.224,72	\$9.522,19	\$9.824,13	\$10.130,60	\$10.441,67
			VAN=	\$8.315,73		
			TIR=	=TIR(C19:H19)		

**TIR= 28%**

Se puede observar que la tasa interna de retorno es del 28% anual lo que significa que por cada dólar invertido se va a obtener un 28% dando como resultado una buena ganancia para iniciar dicho negocio.

- **Análisis de sensibilidad**

Ayuda a identificar los posibles escenarios que puedan ocurrir en el local de comida rápida ya que nos permitirá determinar la viabilidad del negocio con el objetivo de maximizar la rentabilidad y minimizar los posibles impactos negativos que puedan aparecer durante el desempeño de las actividades.

\$8.315,73	2000	3200	4200	5491	6000	6500	7000	7200
1	-17269,9091	-13022,4545	-9482,90902	-4913,35582	-3111,72717	-1341,95443	427,818302	1135,7274
1,2	-15854,0909	-10757,1454	-6509,69082	-1026,22698	1135,7274	3259,45468	5383,18196	6232,67288
1,3	-15146,1818	-9624,49084	-5023,08172	917,33744	3259,45468	5560,15924	7860,86379	8781,14561
1,4	-14438,2727	-8491,83629	-3536,47263	2860,90186	5383,18196	7860,86379	10338,5456	11329,6184
1,68	-12456,1272	-5320,40354	626,032848	8315,73	11329,6184	14302,8366	17276,0547	18465,342
1,7	-12314,5454	-5093,87263	923,354668	8691,59511	11754,3638	14762,9775	17771,5911	18975,0366
2	-10190,8181	-1695,90898	5383,18196	14522,2884	18125,5457	21665,0911	25204,6366	26620,4548
2,1	-9482,90902	-563,254431	6869,79106	16465,8528	20249,2729	23965,7957	27682,3184	29168,9275

El local de comida rápida “Chanchi Papas” que pasa si aumento las unidades producidas y que pasa si bajo las unidades producidas es así como se va distribuyendo el VAN

## 7 CONCLUSIONES

- Mediante la información obtenida se pudo determinar que en la provincia de Cotopaxi existe variedad de restaurantes y negocios dedicados a la elaboración de comida rápida siendo las papas fritas la comida más aceptada y consumida por los habitantes.
- Tomando en consideración el estudio de mercado realizado en el sector El Ejido, por medio de la encuesta se pudo determinar que el 97% de los habitantes consumen comida rápida, por lo que la creación de un nuevo local que ofrezca variedad en sus platos si es viable.
- De acuerdo evaluación económica realizada se obtuvo datos positivos donde se pudo identificar el proyecto de factibilidad para la creación de un local de comida rápida si es viable presentando una buena oportunidad de negocio donde el rendimiento será del 28% anual, teniendo así un valor actual neto a los cinco años de \$10.441,67 con una utilidad de \$ 9.224.72 durante el primer año la misma que irá creciendo una vez ya establecido el local.

## **8 RECOMENDACIONES**

- Se recomienda poner en marcha la creación de la sucursal de comida rápida debido a los resultados positivos obtenidos donde demuestran claramente que si factible y tendrá aceptación un nuevo local.
- Tomar en cuenta las necesidades de los posibles clientes como la variedad de los productos y el precio a fin de acaparar el mercado y lograr una posición económica estable.
- Mantener un control financiero del negocio que contribuyan a tener una buena rentabilidad, la cual sea viable permitiendo así la competitividad y el crecimiento dentro del mercado comercial.



- Española R. (2014). *Diccionario de la lengua Española*. Madrid, España.
- Frederick T. (2019). *Contabilidad general, tipos de activos*. Bogota, Colombia.
- García J. (2022). *Practica empresariales*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Gasbarrino S. (28 de Julio de 2021). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/ques-depreciacion>
- Gonzales B. (2019). *Organigramas y estructura organizacional*. Barranquilla: ITSA.
- Gonzales Johana. (2018). *Sistema de Control de inventarios*. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/375/SISTEMA%20DE%20CONTROL%20DE%20INVENTARIO.pdf;jsessionid=803823F76C2D73C8611E1340CC584E28?sequence=1>
- Gonzales M. (2018). *Contabilidad y análisis de costos, segunda edición*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernandez A. (2018). *Estudio de prefactibilidad técnico economico*. Bogotá, Colombia: Prentice.
- Juárez L. (2023). *Educación Financiera*. Mexico: Grupo Financiero BBVA.
- Kotler Philip. (2020). *Segmentación de mercados*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/>
- López Francisco. (1 de agosto de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>
- Lopez L. (2019). *Prevención y Analisis de riesgos para una gestión eficaz*. Madrid, España: Grupo ACMS consultores.
- López R. (22 de Septiembre de 2022). *Facturación y gestión empresarial*. Obtenido de <https://www.mygestion.com/blog/plan-agregado-produccion>
- Lozada M. (2017). *Contabilidad de Costos*. Bogotá D.C, Colombia: Fondo editorial Areandino.
- Martínez J. (2016). *Indicadores Financieros*. Bogotá, Colombia.
- Miranda José. (2006). *Gestión de proyectos, Quinta edición*. Colombia: MM editores.

- Molina A. (Octubre de 2019). *Proyectos y analisis*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/analisis-de-sensibilidad-que-es-y-cual-es-su-importancia-en-un-proyecto>
- Moreno T. (2019). *El pronóstico de ventas en los negocios, modelos y aplicaciones*. Santiago de Chile.
- Ortega K. (mayo de 2023). *Economipedia definiciones de negocio*. Obtenido de <https://worldcampus.saintleo.edu/noticias/que-es-una-sucursal-y-cuales-son-sus-caracteristicas>
- Pérez J. & Merino M. (17 de Noviembre de 2022). *Economía Laboral*. Obtenido de <https://definicion.de/mano-de-obra/>
- Prada J. & Guzmán C. (Noviembre de 2020). *Repositorio Universidad Antonio Nariño Colombia*. Obtenido de <file:///C:/Users/mishe/OneDrive/Documentos/MATERIAS%20UTC/Documents/Proyecto%20final%20listo.pdf>
- Prieto Edwin. (Junio de 2022). *Sucursales y noticias*. Obtenido de <https://es.snhu.edu/noticias/que-es-una-sucursal#:~:text=Adem%C3%A1s%20de%20desarrollar%20las%20ventas,crecer%20y%20tener%20m%C3%A1s%20alcance.>
- Rodriguez D. (17 de julio de 2023). *Sistemas de distribución en el trabajo*. Obtenido de <https://www.cursosfemxa.es/blog/sistemas-informacion-distribucion-logistica#:~:text=Por%20otro%20lado%2C%20los%20sistemas,origen%20hasta%20el%20destino%20final.>
- Román J. (Septiembre de 2020). *Marketing digital para impulsar el consumo de comida rápida*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19544/1/UPS-GT003062.pdf>
- Sevilla A. (junio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Sisa E. (2017). *Repositorio Universidad Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de <http://dspace.esoch.edu.ec/handle/123456789/11545>

- Tapia L. (2022). *Estudio de mercado*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>
- Thompson I. (2017). *Marketing Free*. Obtenido de <https://www.marketing-free.com/producto/empaques.html>
- Torres F. (2012). *Preparación y Evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.
- Torres I. (Septiembre de 2019). *Gestión Empresarial*. Obtenido de <https://iveconsultores.com/diagrama-de-flujo/>
- Vargas A. (2015). *Marketing y plan de negocios de una microempresa*. España: Primera Edición.
- Vásquez Andrés. (2017). Administración de Negocios. *Revista Escuela de Asministración de Negocios*, 12.