



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

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSION DEL
LOCAL DE COMIDAS MONKY EN EL SECTOR
UNIVERSITARIO DE LA CIUDAD DE GUARANDA

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

JORDAN ARIEL REA CARVAJAL

Riobamba – Ecuador

2023



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

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSION DEL
LOCAL DE COMIDAS MONKY DE QUITO EN EL SECTOR
UNIVERSITARIO DE LA CIUDAD DE GUARANDA**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: JORDAN ARIEL REA CARVAJAL

DIRECTOR: ING. STALIN ARGUELLO ERAZO Ph.D.

Riobamba – Ecuador

2023

©2023 Jordan Ariel Rea Carvajal

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

Yo, Jordan Ariel Rea Carvajal, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

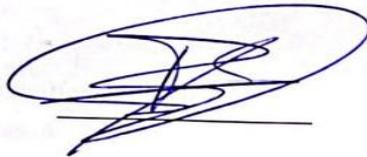
Riobamba, 20 de julio de 2023

Jordan Ariel Rea Carvajal

020217658-2

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSION DEL LOCAL DE COMIDAS MONKY EN EL SECTOR UNIVERSITARIO DE LA CIUDAD DE GUARANDA** realizado por el señor: **JORDAN ARIEL REA CARVAJAL**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Lic Luz Miriam Ávila Pesantez PRESIDENTA DEL TRIBUNAL		2023-07- 20
Ing. Stalin Efrén Arguello Erazo Ph.D. DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-20
Ing. Freddy Marco Armijos Arcos ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-20

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado principalmente a Dios por ser el ser supremo que cuida y guía mis pasos, a mis padres que han sido un pilar importante en mi vida académica y quienes han depositado su confianza en mí para poder alcanzar un nivel de educación que me permite obtener una mejor calidad de vida, a mi hermano por ser el apoyo y una de mis motivaciones para poder ser un ejemplo a seguir, a mi mejor amiga Naty por ser una persona que me ha apoyado a nivel académico y a nivel personal.

Jordan

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Ing. Stalin Arguello y al Ing. Freddy Armijos por la paciencia y buena predisposición para la enseñanza y que con su guía han permitido que este trabajo se concluya de la mejor manera, al Ing. Fernando Esparza Paz quien además de instruir en el ámbito académico me ha sabido aconsejar y motivar para ser mejor persona, agradecimiento también a toda la planta docente y a la prestigiosa ESPOCH, por las oportunidades brindadas y la calidad de educación que prestan al servicio de la comunidad y que han permitido y permitirán formar excelentes profesionales.

Jordan

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Limitaciones y delimitaciones.....	3
1.2.1. Limitaciones	3
1.2.2. Delimitaciones.....	4
1.3. Problema General de Investigación	5
1.4. Problemas específicos de investigación.....	5
1.5. Objetivos.....	5
1.5.1. Objetivo general.....	5
1.5.2. Objetivos específicos	5
1.6. Justificación.....	6
1.6.1. Justificación Teórica	6
1.6.2. Justificación Metodológica.....	6
1.6.3. Justificación Práctica	6
1.7. Idea a defender.....	7

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes de investigación	8
2.2. Referencias Teóricas.....	10
2.2.1. Proyecto.....	10
2.2.2. Clasificación de los proyectos.....	11
2.2.3. Estudio de Factibilidad	11
2.2.4. Tipos de Factibilidad	12
2.2.4.1. Estudio Técnico	12

2.2.4.2.	<i>Estudio Administrativo – Legal</i>	12
2.2.4.3.	<i>Estudio Económico</i>	13
2.2.4.4.	<i>Estudio Financiero</i>	13
2.2.5.	<i>Estudio de Mercado</i>	14
2.2.5.1.	<i>Producto..</i>	14
2.2.5.2.	<i>Oferta.....</i>	15
2.2.5.3.	<i>Demanda.....</i>	15
2.2.5.4.	<i>Demanda Insatisfecha</i>	15
2.2.5.5.	<i>Mercado.....</i>	16
2.2.5.6.	<i>Canales de distribución</i>	16
2.2.5.7.	<i>Precios.....</i>	17
2.2.6.	<i>Estudio técnico</i>	18
2.2.6.1.	<i>Localización.....</i>	18
2.2.6.2.	<i>Macro localización</i>	18
2.2.6.3.	<i>Micro localización.....</i>	18
2.2.6.4.	<i>Ingeniería del proyecto.....</i>	19
2.2.7.	<i>Estudio Financiero</i>	20
2.2.7.1.	<i>Ingresos... ..</i>	20
2.2.7.2.	<i>Egresos... ..</i>	20
2.2.7.3.	<i>Costos.....</i>	21
2.2.7.4.	<i>Gastos.....</i>	21
2.2.8.	<i>Rentabilidad</i>	22
2.2.9.	<i>Estudio administrativo</i>	23
2.2.9.1.	<i>Parte Legal</i>	24
2.2.9.2.	<i>Organigrama</i>	24
2.2.10.	<i>Evaluaciones</i>	26

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	30
3.1.	Enfoque de investigación.....	30
3.2.	Nivel de Investigación.....	30
3.3.	Diseño de investigación	31
3.3.1.	<i>Según la manipulación o no de la variable independiente</i>	31
3.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	31
3.4.	Tipo de estudio	31
3.5.	Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	31

3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	32
3.6.1.	Método	32
3.6.1.1.	<i>Método Deductivo</i>	32
3.6.1.2.	<i>Método Inductivo</i>	33
3.6.2.	Técnicas e instrumentos de investigación	33

CAPÍTULO IV

4.	DISCUSIÓN Y RESULTADOS	34
4.1.	Resultados	34

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	49
5.1.	Estudio de Mercado	49
5.1.1.	<i>Producto</i>	49
5.1.2.	<i>Análisis de la Oferta</i>	51
5.1.3.	<i>Análisis de la demanda actual y proyectada</i>	51
5.1.4.	<i>Demanda insatisfecha</i>	52
5.1.5.	<i>Precio</i>	52
5.1.6.	<i>Canales de Distribución</i>	53
5.2.	Estudio Técnico	54
5.2.1.	<i>Localización</i>	54
5.2.1.1.	<i>Macro localización</i>	54
5.2.1.2.	<i>Micro localización</i>	54
5.2.2.	<i>Distribución en planta</i>	55
5.2.3.	<i>Maquinaria y equipo</i>	56
5.2.3.1.	<i>Maquinaria</i>	56
5.2.3.2.	<i>Equipo</i>	58
5.2.4.	<i>Proceso productivos</i>	59
5.2.4.1.	<i>Proceso de producción del bolón</i>	59
5.2.4.2.	<i>Proceso de producción del tigrillo</i>	60
5.2.4.3.	<i>Proceso de producción del majado</i>	61
5.3.	Estudio Administrativo	62
5.3.1.	<i>Clasificación de la Empresa</i>	62
5.3.2.	<i>Misión y visión de la empresa</i>	62
5.3.3.	<i>Valores corporativos</i>	62

5.3.4.	<i>Niveles jerárquicos</i>	63
5.3.4.1.	<i>Nivel Ejecutivo</i>	63
5.3.4.2.	<i>Nivel Operativo</i>	63
5.3.4.3.	<i>Organigrama</i>	63
5.3.5.	<i>Manual de funciones</i>	63
5.4.	Estudio Económico Financiero	66
5.4.1.	<i>Inversión y financiamiento</i>	66
5.4.2.	<i>PCR (Periodo de Recuperación del Capital)</i>	73
5.4.3.	<i>RBC (Relación Costo Beneficio)</i>	73
5.4.4.	<i>VAN (Valor Actual Neto)</i>	74
5.4.5.	<i>TIR (Tasa Interna de Retorno)</i>	74
5.5.	Evaluación Social	74
5.6.	Evaluación Ambiental	75
5.6.1.	<i>Construcción</i>	76
5.6.2.	<i>Producción</i>	76
5.6.3.	<i>Minimización del Impacto ambiental</i>	77
5.6.3.1.	<i>Construcción</i>	77
5.6.3.2.	<i>Producción</i>	77
CONCLUSIONES		79
RECOMENDACIONES		80
BIBLIOGRAFÍA		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1:	Tipos de proyectos.....	11
Tabla 2-2:	Definiciones Canales de Distribución	16
Tabla 4-1:	Frecuencia de consumo fuera del domicilio.....	34
Tabla 4-2:	Horario de consumo	35
Tabla 4-3:	Competencia de sector universitario	36
Tabla 4-4:	Tendencia de consumo de platos en base a plátano verde.....	37
Tabla 4-5:	Consumo de platos en base de plátano verde	38
Tabla 4-6:	Preferencias de visita.....	39
Tabla 4-7:	Preferencias del consumidor	40
Tabla 4-8:	Aceptación de apertura una sucursal	41
Tabla 4-9:	Preferencia de localización.....	42
Tabla 4-10:	Valoración de características del producto.....	43
Tabla 4-11:	Preferencia de precio del Bolón	44
Tabla 4-12:	Preferencia de precio del Bolón	44
Tabla 4-13:	Preferencia de precio del majado	45
Tabla 4-14:	Preferencia de frecuencia de consumo del bolón	46
Tabla 4-15:	Preferencia de frecuencia de consumo del tigrillo.....	46
Tabla 4-16:	Preferencia de frecuencia de consumo del majado.....	47
Tabla 5-1:	Proyección de la oferta	51
Tabla 5-2:	Proyección de la demanda.....	52
Tabla 5-3:	Proyección de la demanda insatisfecha	52
Tabla 5-4:	Proyección del precio	53
Tabla 5-5:	Manual de funciones del Gerente Propietario	64
Tabla 5-6:	Manual de funciones del Cocinero 1	64
Tabla 5-7:	Manual de funciones del Cocinero 2.....	64
Tabla 5-8:	Manual de funciones del mesero 1	65
Tabla 5-9:	Manual de funciones mesero 2	66
Tabla 5-10:	Requerimientos para el proyecto	67
Tabla 5-11:	Inversión inicial.....	67
Tabla 5-12:	Activos fijos, materias primas y costos de funcionamiento	67
Tabla 5-13:	Depreciaciones	69
Tabla 5-14:	Talento humano.....	69
Tabla 5-15:	Gastos	69

Tabla 5-16:	Costos de producción	69
Tabla 5-17:	Producción anual del bolón	71
Tabla 5-18:	Ingresos totales	72
Tabla 5-19:	Estado de resultados	72
Tabla 5-20:	Flujo de caja	73
Tabla 5-21:	Indicadores financieros.....	73
Tabla 5-22:	Beneficiarios.....	75

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1:	Sector universitario de la ciudad de Guaranda	4
Ilustración 2-1:	Canales de distribución	17
Ilustración 2-2:	Símbolos de para construir diagramas de flujo	23
Ilustración 2-3:	Organigrama estructural.....	25
Ilustración 2-4:	Organigrama funcional.....	26
Ilustración 4-1:	Frecuencia de consumo fuera de casa	34
Ilustración 4-2:	Preferencia del horario de consumo	35
Ilustración 4-3:	Grado de conocimiento de la competencia.....	36
Ilustración 4-4:	Encuestas.....	37
Ilustración 4-5:	Frecuencia de consumo	38
Ilustración 4-6:	Tendencia de visita del consumidor	39
Ilustración 4-7:	Bolones.....	40
Ilustración 4-8:	Nivel de aceptación de apertura una sucursal	41
Ilustración 4-9:	Preferencias de localización	42
Ilustración 4-10:	Valoración del producto.....	43
Ilustración 4-11:	Precio del bolón.....	44
Ilustración 4-12:	Precio del tigrillo.....	44
Ilustración 4-13:	Precio del tigrillo.....	45
Ilustración 4-14:	Frecuencia de consumo del bolón	46
Ilustración 4-15:	Frecuencia de consumo del tigrillo	47
Ilustración 4-16:	Frecuencia de consumo del majado.....	47
Ilustración 5-1:	Propuesta	49
Ilustración 5-2:	Bolón de plátano verde.....	49
Ilustración 5-3:	Tigrillo de plátano verde	50
Ilustración 5-4:	Majado de plátano verde	50
Ilustración 5-5:	Representación de forma de distribución	53
Ilustración 5-6:	Macro localización	54
Ilustración 5-7:	Micro localización.....	55
Ilustración 5-8:	Distribución de planta	55
Ilustración 5-9:	Trituradora de alimento.....	56
Ilustración 5-10:	Cafetera	56
Ilustración 5-11:	Licuadora.....	57
Ilustración 5-12:	Microondas.....	57

Ilustración 5-13: Cocina industrial	58
Ilustración 5-14: Campana extractora de humo	58
Ilustración 5-15: Flujograma de proceso del bolón	59
Ilustración 5-16: Flujograma de proceso del tigrillo.....	60
Ilustración 5-17: Flujograma de proceso del majado.....	61
Ilustración 5-18: Valores corporativos	62
Ilustración 5-19: Organigrama estructural.....	63

RESUMEN

Actualmente la problemática para el crecimiento de las PYMES se ve acrecentado por múltiples factores como: la creciente competencia, la dificultad para obtener financiamiento y la caída de los índices financieros como los de liquidez, solvencia y rentabilidad; esto a raíz de la pandemia ocasionada por el COVID – 19. Frente a esta problemática el objetivo fue realizar un proyecto de factibilidad para la apertura de una sucursal del local de comidas Monky de Quito en el sector universitario de la ciudad de Guaranda, con el fin de que permita el incremento de sus ingresos. Como métodos de investigación se utilizaron los métodos deductivo e inductivo con el fin de recopilar información básica que pueda ser expuesta y proyectada a futuro. Las técnicas que se aplicaron fueron encuestas mediante las cuales se recabó información necesaria para comprender las tendencias del mercado, observación la cual nos permitió analizar el comportamiento del mercado; y análisis bibliográfico que fundamento y sustento de manera técnica la investigación. Para el desarrollo de la investigación se realizó estudios de: mercado, técnico, legal y organizacional, ambiental y financiero, los resultados que se obtuvieron en relación al proyecto señalan que existe un porcentaje alto de factibilidad y de rentabilidad. En conclusión, en base al estudio de mercado se pudo determinar las tendencias del mercado y sus preferencias mismas que sirvieron para determinar los índices financieros, mismos que señalan que la aplicación del proyecto es viable, y rentable en el tiempo lo cual constituyen un colchón de seguridad razonable para una futura inversión.

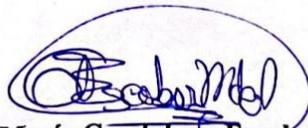
Palabras clave: <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <SUCURSAL>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ESTUDIO TÉCNICO>, <ESTUDIO LEGAL>, <ESTUDIO ADMINISTRATIVO>, <ESTUDIO FINANCIERO>.



ABSTRACT

Currently, the growth of SMEs is affected because multiple factors as competition, difficulty in obtaining financing, and the fall of financial ratios such as liquidity, solvency, and profitability increased; that caused the pandemic by COVID-19. Faced with this problem, the objective of this research work was to carry out a feasibility project to open a branch of the food store Monkey de Quito in the university sector of Guaranda City to increase its income. Data collection was carried out using deductive and inductive methods. The techniques applied were the survey through which the information was collected to understand the market tendencies; the observation allowed for analyzing the market behavior. The bibliographic analysis founded and supported the research technically. The development of technical, legal, organizational, environmental, and financial market study was carried out in this research. The results obtained about the project indicate that there is a high percentage of feasibility and profitability. In conclusion, based on the market study was possible to determine market trends and preferences served to determine the financial ratios and indicate that the project implementation is feasible and profitable for future investment.

KEY WORDS: <FACTIBILITY PROJECT>, <BRANCH OFFICE>, <MARKET STUDY>, <TECHNICAL STUDY>, <LEGAL STUDY>, <ADMINISTRATIVE STUDY>, <FINANCIAL STUDY>.



Lic. María Guadalupe Escobar Murillo

C.I. 060275845-0

INTRODUCCIÓN

En el mundo con la creciente expansión de las empresas de renombre los obstáculos para los pequeños emprendimientos se han incrementado, además, la dificultad para la obtención de financiado dentro del país ha ido en aumento y si a esto le sumamos las problemáticas generadas por la pandemia del COVID 19 podemos entender el contexto en el cual las PYMES buscan un desarrollo y una mejora en sus indicadores financieros.

La empresa de comidas MONKY es una pequeña empresa enfocada en el sector restaurantero y alimenticio, pues es un local de tipo cafetería dedicada a la elaboración de platos a la carta a base de verde, en razón a las problemáticas encontradas, tiene miras a aperturar nuevas sucursales que permitan mejorar sus ingresos y su posición en el mercado.

La presente investigación se exhibe en cinco capítulos de acuerdo a la estandarización de las normas de presentación establecidas en la FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS y se enfocan en los siguientes aspectos:

El CAPÍTULO I, define el problema que presenta la empresa MONKY, la justificación y los objetivos del proyecto, que conforman el hilo conductor del trabajo de investigación.

El CAPÍTULO II, muestra el marco teórico conceptual, el mismo que hace referencia a los antecedentes investigativos y a la recopilación bibliográfica técnica que determina los pasos y procesos para la creación de una sucursal, adicionalmente con un marco conceptual que hace hincapié en las palabras técnicas del proyecto.

El CAPÍTULO III, se denomina como Marco Metodológico y aquí se define el sistema de investigación a ser utilizados y lo referente al enfoque, nivel, diseño de investigación, así como el tipo de estudio, los métodos y las técnicas e instrumentos de investigación.

El CAPÍTULO IV, Discusión y Resultados, en este capítulo se analizan y tabulan los resultados obtenidos luego de la aplicación de los instrumentos de investigación.

El CAPÍTULO V, definido como Marco Propositivo, se define los estudios administrativo, financiero, técnico, económico, y legal del proyecto y finalmente se establecieron las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El crecimiento de las empresas de renombre y de grupos económicos de poder, a nivel mundial representa un constante aumento en el nivel de competencia, esto de forma general figura una problemática para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), es por ello que la búsqueda de crecimiento y la apertura de espacios para la expansión de las mismas, consolida una forma de hacerle frente; para dicha expansión logre minimizar los riesgos de fracaso se necesita de un proyecto de factibilidad que genere en los propietarios un nivel razonable de seguridad para su implementación.

En Ecuador una de las mayores problemáticas recurrentes de las PYMES es la debido a que los procesos para la obtención de crédito llegan a ser engorrosos, complicados y demorados, esto según la (CFN, 2019; citado en Rodríguez, et al., 2020, p. 197)

A raíz de la pandemia, las políticas de seguridad y las restricciones de movilidad afectaron la economía a nivel mundial y nacional, en Ecuador la caída de los índices como el de liquidez, solvencia y rentabilidad frenaron el progreso de las PYMES, debido a que ya no podían hacerles frente a las obligaciones que tenían con entidades financieras.

En la ciudad de Guaranda la población existente en el sector urbano es de 25.000 habitantes (según la Alcaldía de Guaranda, 2020, par. 1), frente a esta cantidad de personas en el sector restaurantero existe una cantidad limitada de locales que ofrecen el servicio de comida, y es aún más limitada en locales especializados en la comida a base del plátano verde, esto genera una problemática de excedente de demanda y una demanda insatisfecha que puede ser aprovechada.

Otra problemática que se presenta es que, la mayoría de los locales de comida enmarcados dentro de las PYMES no incorporan la innovación en el desarrollo de sus actividades, pues ofertan el mismo tipo de comida, a un mismo precio y enfocándose en un mismo lugar que por lo general es el centro de la ciudad.

La Universidad Estatal de Bolívar, está ubicada en los límites del cantón Guaranda, en una zona alejada del centro, según (Universidad Estatal de Bolívar, 2020) existe una total de 5000 estudiantes, y

en el sector universitario según observación directa existe un total de 8 locales de comida, que no abarcan a cubrir la demanda alimentaria de los estudiantes.

Monkey es un restaurante de comida que se consolidó en la ciudad de Quito en el 2017, está dedicada a la elaboración de platos a la carta a base de verde, además de ofrecer desayunos y almuerzos, en los últimos años ha logrado constituirse en el sector, pero frente a la creciente competencia y a las dificultades financieras generadas por la pandemia, han estado enfocados en la búsqueda de apertura nuevos locales.

En relación a lo antes mencionado y de acuerdo con (Falkner y Hiebl, 2015, como se citó en Pérez, Martínez y Renart, 2018, p.18) los riesgos más relacionados con las pymes se señala que uno de los más preponderantes está la falta de crecimiento además de la creciente competencia, las cuales son causas que pueden llegar a afectar de manera significativa a una empresa, en este sentido la problemática se resume en que los riesgos mencionados pueden en un futuro llegar a influir en su rentabilidad y desarrollo.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

1.2.1. Limitaciones

Dentro de la investigación una de las limitaciones fue la cantidad de contenidos que abordar y que, por la complejidad del mismo tema, abarcaban una variedad de subtemas de gran relevancia, en base a eso se dificultó un poco la recopilación bibliográfica con contenido actualizado.

El levantamiento de las encuestas fue una limitación debido a que se debió tener cuidado con el direccionamiento de estas ya que si no se lo enfocaba hacia un mercado específico los resultados podrían haber variado y dificultado el análisis de resultados.

La cantidad de sujetos a encuestar resultó una limitación, debido a que el nivel de estudiantes y habitantes en el sector universitario era muy amplio, lo cual resultó un obstáculo tratar de encuestar a toda la población.

Para la ejecución de las encuestas se utilizaron recursos que, al igual que transporte y otros gastos concatenados también fueron una limitación, puesto que al tener una muestra relativamente grande se tuvo que emplear un presupuesto que resultó un poco ajustado por el gasto que conllevan también los estudios universitarios y personales.

Otra de las limitaciones con las que se contó fue en su mayoría el tiempo, que si bien no se alcanzó a utilizar todos los días de la semana se logró establecer horarios que permitieron la obtención de información y de datos para esta investigación.

1.2.2. Delimitaciones

La delimitación se relaciona directamente con la localización, puesto que señala el marco territorial en donde un proyecto se lleva a cabo, hay que recordar que al delimitar un tema de investigación logramos concentrar los esfuerzos para la obtención de datos en un punto en específico; de esta manera se puede decir que le damos forma a nuestra investigación, de acuerdo con esto; (Guala, 2020, p. 57). Indica que la delimitación (...) consiste en analizar los posibles lugares en los que se puede implantar el proyecto y así poder determinar el sitio idóneo, con los mejores beneficios para la planta.

El desarrollo de esta investigación se llevó a cabo en una zona urbana de la ciudad de Guaranda, respectivamente en el sector que constituye la Universidad Estatal de Bolívar. El tiempo de desarrollo de la investigación se dio durante el periodo académico septiembre 2022 – febrero 2023; Los sujetos de investigación más representativos, fueron los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar y las personas de la localidad que habitan en el sector universitario.

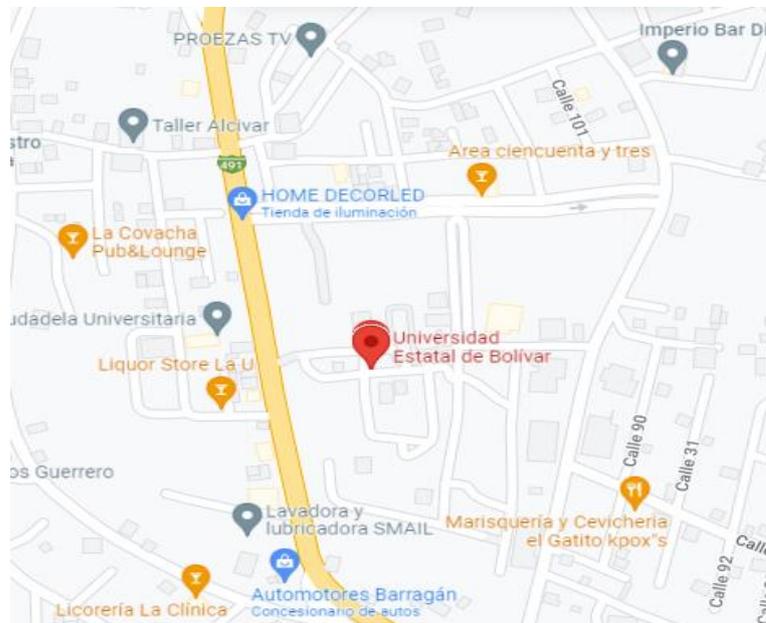


Ilustración 1-1: Sector universitario de la ciudad de Guaranda

Fuente: Google Maps, 2023.

1.3. Problema General de Investigación

¿Cómo el proyecto de factibilidad para la expansión de la sucursal del local de comidas Monkey, en el sector universitario de la ciudad de Guaranda incidirá en el incremento de sus ingresos?

1.4. Problemas específicos de investigación

- ¿Cómo la revisión bibliográfica aportara al desarrollo del proyecto de factibilidad para la expansión del local de comidas Monkey?
- ¿Cómo el estudio de mercado aportará en la determinación de la factibilidad de la expansión de local de comidas Monkey de Quito en el sector Universitario de Guaranda?
- ¿Cuál es el beneficio que tendrá la empresa al momento de efectuar un proyecto de factibilidad para expandirse?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Formular un proyecto de factibilidad para la expansión de la sucursal del local de comidas Monkey de Quito, en el sector universitario de la ciudad de Guaranda para incrementar sus ingresos.

1.5.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio bibliográfico para establecer bases teóricas que fundamente el impulso del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado para que permita determinar la factibilidad de la apertura de una sucursal del local de comidas Monkey de Quito en el Sector universitario de Guaranda.
- Realizar los estudios, técnico, económico y financiero que sustenten la rentabilidad después de la apertura de una sucursal del local de comidas Monkey de Quito en el sector universitario de Guaranda.

1.6. Justificación

1.6.1. Justificación teórica

Mediante el uso de e-books, artículos de revistas indexadas, libros de la biblioteca y trabajos de grado y postgrado se pretende fundamentar con fuentes actualizadas y relevantes de autores clásicos y contemporáneos la importancia de un estudio previo de factibilidad antes de una expansión, así como los beneficios que se pueden obtener, además de las formas y tipos de estudios de factibilidad que se pueden realizar. También se pretende comprender la necesidad de una expansión en sectores estratégicos debido al creciente mundo de los negocios, pues esta constituye una forma nivelar las necesidades de la negociación con las del mercado.

1.6.2. Justificación metodológica

Se realizará una investigación con un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo permanecerá sin cambios, ya que su estrategia de desarrollo se basará en la cuantificación de la recopilación y análisis de datos mediante encuestas de población y los resultados de investigaciones en curso. El diseño de este estudio se centrará en tipos no experimentales y etnográficos, ya que no se manipularán variables y se estudiarán las tendencias del mercado; por lo tanto, se utilizarán observaciones, encuestas y otras herramientas analíticas para sacar conclusiones de la investigación.

1.6.3. Justificación práctica

Un estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para orientar la toma de decisiones respecto a una interrogante en concreto; determinar la localización y factores como el económico, político, social, ambiental, administrativo y tecnológico; de tal modo que pueda brindar un grado de seguridad razonable sobre la ejecución de un objetivo en concreto.

De acuerdo con lo anteriormente mencionado se determina que un proyecto de factibilidad para la empresa MONKY que está dedicada al servicio de comidas está estrechamente relacionada con el objetivo de expandirse en sectores estratégicos, de esta manera minimizar el impacto de posibles riesgos que se puedan dar. Entre varias ideas de negocio, seleccionar, con los datos y patrones de comportamiento observados, la que mejor se puede adaptar al mercado objetivo, en este caso el de la restauración. Una vez seleccionada la mejor idea, comenzar a desarrollar los distintos puntos estratégicos.

Un estudio de factibilidad nos permitirá hacer una proyección de la expansión del negocio, de este modo podremos determinar precio, producto, y promoción tomando consideración el mercado en el que va a desarrollar sus actividades, que en este caso es un restaurante de comidas. Esto permite desarrollar en esta etapa los modelos económicos y financieros, el plan de recursos humanos, el de marketing y el de producción entre otros, también se deben estipular los objetivos empresariales y económicos básicos del negocio, para poder detallar una estrategia clara que los cumpla.

Para poder llevar a cabo el tema de investigación del restaurante en un proyecto sólido y con capacidad de ser desarrollado en un entorno real, se ha decidido esquematizar el proceso de desarrollo de la idea para esto se pretende observar el mercado objetivo, extraer ideas de las empresas ya existentes y conocer los puntos fuertes y débiles de la inmersión a ese mercado concreto. Esto ayudará al futuro negocio a tener mayores posibilidades de éxito.

1.7. Idea a defender

La presente investigación es de carácter transversal por lo cual se recabo información a ser analizada una sola vez, en este sentido esta investigación recae en un trabajo a ser defendido, de acuerdo con los objetivos planteados y a los resultados obtenidos.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

Dentro de la presente investigación que se realizó se tomaron en cuenta algunos trabajos que guardaban relación con el tema investigado, dichos documentos se encuentran en los repositorios de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Universidad de Guayaquil y Universidad San Francisco de Quito, estos documentos sirvieron de guía y marcaron en cierta medida el camino de esta investigación.

Existen documentos de calidad investigativa que tienen gran similitud con el tema planteado, esta información aportará una guía para el desarrollo de la investigación, en base a esto podemos encontrar el trabajo de (Chávez, 2018, p. 49) en su trabajo de titulación “Estudio de factibilidad de nueva sucursal de la Cooperativa de Ahorro y crédito Fernando Daquilema” indica que la inexistencia de una cooperativa de ahorro y crédito en un sector determinado representa una oportunidad por cuanto existe demanda en el mercado, además menciona también que el mercado objetivo está conformado con todos los habitantes del sector de estudio.

Como se menciona anteriormente en un trabajo de titulación similar, la detección de una oportunidad debido a la inexistencia de competencia y la demanda del mercado representan oportunidades que reflejan de manera positiva una posible rentabilidad, es decir que, enfocando esto al proyecto en curso debido a que Monky está dedicado a la elaboración de comida a base de plátano verde y en el sector Universitario de la ciudad de Guaranda no existe ningún local que ofrezca los mismos productos o mantengan una oferta similar, aparentemente de primera instancia podemos encontrar una oportunidad para apertura una sucursal.

Se utilizará también aspectos técnicos de (Campuzano y Corral, 2017) que en su estudio sobre el “Análisis de Satisfacción en los Restaurantes de Gastronomía Italiana Full-Service de Cumbayá utilizando la Metodología Dineserv”, explica que, el evaluarán seis atributos: calidad de la comida, calidad del servicio, precio y valor, conexión social, autenticidad, lealtad y repetición. El objetivo es crear una matriz IPA por restaurante con las expectativas y resultados para minimizar la brecha entre lo que dice ofrecer el restaurante y lo que los clientes perciben para mejorar su rendimiento.

Esto permitirá hacer varias consideraciones referentes a la consideración del cliente y el grado de satisfacción de este, en el proyecto se va a utilizar esta información para entender al consumidor y saber que le gusta y no le gusta, es decir nos permitirá estudiar al mercado objetivo, sus tendencias y preferencias.

Un trabajo que ya está más relacionado al sector alimenticio y de comidas es el trabajo de (Gavilanes, 2018) que en su tema titulado “Estudio de factibilidad de la apertura de un restaurante que desarrolle investigación y presente a los productos nativos del Ecuador de una forma innovadora en Quito”, menciona que se refleja el análisis realizado para el estudio de factibilidad de la apertura del restaurante “Caos”; este restaurante representa a la cultura ecuatoriana en su máximo esplendor. Demostrando lo que tiene la región del Ecuador para ofrecer en productos, arte, aroma, servicio y gastronomía, este proyecto quiere expresar el sentido de caos hacia los clientes, lo cual representa a lo impredecible, y busca convertir la experiencia del cliente, en una experiencia inigualable y nueva en el Ecuador no solo gastronómicamente, sino también de forma visual y olfativa y auditiva.

Este trabajo indica que el éxito únicamente no depende de la calidad del producto, sino que todo forma un todo; el producto, el lugar, la atención y satisfacción del cliente están estrictamente relacionados, es por eso que se debe buscar una tropicalización de la empresa en base al lugar en donde se va a desarrollar.

Se encontró en el trabajo de (Mejía, 2019) que en su estudio con el título de “Proyecto para la creación de un restaurante de comida típica serrana en el Sector Norte de Quito "Barrio Comité del Pueblo", manifiesta que la idea principal de la investigación se fundamenta en crear un restaurante de comidas típicas en el barrio “Comité del Pueblo”, con una infraestructura técnica, ya que por falta de conocimiento los restaurantes actuales de la zona no cuentan con las normas de calidad e higiene, propios de esta actividad. En la zona de cobertura del proyecto, por el momento solo existen puntos de venta de comida rápida, aspecto que favorece la instalación de un restaurante de comidas completas, con infraestructura adecuada para la actividad y atención personalizada al cliente. Esta investigación está enfocada a la creación de un restaurante de comidas típicas, para brindar los mejores servicios a su gente y a quienes gustan del turismo, y a los pequeños y grandes comerciantes que operan en la zona.

La importancia de la higiene y calidad en el trabajo mencionado en el párrafo anterior refleja la necesidad de adecuar la empresa en base al mercado y sin menoscabar la calidad del producto y la norma de higiene, puesto que eso forma parte del grado de satisfacción que un cliente puede llegar a tener.

En el tema de tesis “Estudio de factibilidad para apertura de la sucursal de ecotono consultores Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba.” (Barrera, 2018; citado en Guala, 2020) se menciona que la importancia de un proyecto en base a la apertura de una sucursal radica en que esta:

(...) permite que las personas consigan independencia laboral y una estabilidad económica y social. La necesidad de crear empresas y nuevas fuentes de empleo nace por la falta de trabajo que existe en la actualidad, con la finalidad de cubrir las necesidades de las personas que necesitan trabajar para mejorar sus estilos de vida. Además, un aspecto interesante de emprender es pasar de ser empleado a empleador.

El aporte de este contenido fundamenta el objetivo de la apertura de una sucursal lo que permitió a la investigación direccionarse en función de la solvencia de las necesidades tanto los propietarios del negocio, como las del mercado, planteando así la posibilidad de aperturar una extensión del local de comidas Monky.

2.2. Referencias Teóricas

2.2.1. Proyecto

Un proyecto es la planificación detallada de un conjunto de actividades basadas en el cumplimiento de objetivos, con el propósito de crear nuevos productos, bienes a través de análisis presupuestarios capaces de solventar las necesidades sociales. (Paguay, 2022, p. 6)

Según (Córdoba, 2013; citado en Zabala y Mantilla, 2017 p. 4) Un proyecto (...) es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando recursos (...).

Para (García et al., 2013; p. 16) Un proyecto es una actividad humana que consume recursos, que tiene un propósito definible y único, en donde se rea un entregable: un producto único, se presta un servicio o se realiza una labor, cuyo resultado final, (...) se puede medir en términos de costo, tiempo y calidad (...).

En resumen, un proyecto, es una propuesta que busca resolver un problema específico, y que mantiene una estructura ordenada de las actividades necesarias para que este se pueda llevar a cabo, cada una de estas actividades aportan al cumplimiento de los objetivos establecidos.

2.2.2. Clasificación de los proyectos

El igual que en cualquier rama administrativa, los proyectos también tienen sus clasificaciones, dependiendo de la necesidad, la utilidad y el fin algunos autores señalan algunos tipos de proyectos entre los cuales podemos encontrar:

Tabla 2-1: Tipos de proyectos

Autor/Cita	Concepto
(Maldonado, 2018, pp. 20-21)	Proyectos sociales Proyectos de investigación Proyectos de inversión Proyectos de infraestructura Proyectos de desarrollo sostenible Proyectos Productivos
(Sarango, 2018, p. 5)	Simple Complejos Públicos Privados Mixtos

Realizado por: Rea Carvajal Jordan, 2023.

Entendiendo la clasificación de la tabla presentada podemos indicar que la clasificación que de una forma generalizada logra englobar a las otras es la que nos señala Sarango, es entonces que a los proyectos los podemos dividir en simples, complejos, públicos privados o mixtos.

2.2.3. Estudio de factibilidad

Para (Mite, 2020, p. 39) el estudio de factibilidad constituye una herramienta que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto antes de su ejecución, sirve para determinar su funcionalidad operativa o financiera.

Según (Chain, 2017; citado en Ronquillo, 2021, p. 9) el estudio de factibilidad ayuda a comprender las diferentes circunstancias que surgen a través de la demanda, oferta y precios de un bien o servicio para detectar de manera directa, si existe una demanda potencial que pueda ser indagada.

(...) Un estudio de Factibilidad es proponer soluciones a un problema o la búsqueda en si de la satisfacción de los grupos sociales (...). (Elizalde, 2022, p. 10)

En base a lo ya antes mencionado, un estudio de factibilidad es una herramienta que a través de una investigación es utilizada para comprender la probabilidad que una idea de proyecto pueda

efectuarse en un lugar determinado, con el fin de satisfacer los intereses individuales o de los grupos sociales.

2.2.4. Tipos de factibilidad

Dentro del estudio de factibilidad debemos enmarcar algunos estudios de las diferentes áreas que engloban a la empresa, es así como (Plúas, 2018, pp. 16-18) señala cuatro tipos de factibilidad: técnico, administrativo – legal, económico y financiero.

2.2.4.1. Estudio técnico

El estudio técnico de un proyecto consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. (López et al., S/f, p. 3)

Dentro del estudio técnico existen algunos puntos a considerar, es decir que de una manera más esquematizada podemos decir que el estudio técnico se enfoca en lo siguiente:

- *Localización Óptima: Determinar la ubicación geográfica más óptima.*
- *Tamaño del proyecto: Determinar la capacidad máxima de producción.*
- *Ingeniería del proyecto: Determinar los procesos que se requieren para generar el producto o servicio.*
- *Layout: Realizar la distribución física de la empresa.*
- *Requerimiento de recursos: Establecer los requerimientos de recursos que se necesitan en el negocio ara su operación. (Echeverría, 2017, p. 182)*

2.2.4.2. 2.2.4.2 Estudio Administrativo – Legal

Una parte fundamental dentro de un estudio de factibilidad es el administrativo y legal este se basa en la legalización y distribución de funciones para el funcionamiento de la empresa.

(Plúas, 2018, p. 17) menciona que el estudio administrativo, define la estructura administrativa que más se adapte a las características del negocio, definiendo además las inversiones y costos operacionales vinculados al producto administrativo.

Para (Guerrero et al., 2016, p.26) el estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

En resumen, el estudio legal es la determinación de la factibilidad de un proyecto en relación con la normativa vigente para su constitución, legalización y requerimientos de ley, mientras que el estudio administrativo está enfocado en la distribución de funciones a cumplir dentro de la empresa.

2.2.4.3. Estudio económico

El estudio económico corresponde a los costos de inversión y operación del proyecto.

Los principales objetivos dentro del estudio económico son:

- Determinar el monto total de los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- Fijar el capital del trabajo pre operativo indispensable para el proyecto. (Lara, 2010; citado en Guala, 2020, p.15)

El estudio económico comprende en sí el análisis sistemático de todos los aspectos necesarios para establecer en primer lugar la rentabilidad de un proyecto, por ejemplo, inversiones, costos, ingreso. (Lozano, 2021; citado en Echeverría, 2017, p. 184

La factibilidad económica es un factor determinante para saber si un proyecto es viable, ya que el monto a utilizar en la puesta en marcha podría llegar a constituirse en muchos casos un limitante.

2.2.4.4. Estudio Financiero

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitir ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. (Pérez, 2021, par. 2)

Esta etapa es dedicada a presentar criterios de evaluación financiera a partir de las inversiones, costos e ingresos de una propuesta de inversión distribuidos en el tiempo, con el fin de componer indicadores que sirvan la base estable y firme y confiable para la toma de decisiones.

Es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. (Echeverría, 2017, p. 185)

De lo anteriormente expuesto, un estudio financiero trata de fijar un monto económico a un proyecto, esto permitirá que podamos observar si este es factible, viable y rentable en términos económicos.

2.2.5. Estudio de mercado

De acuerdo con Baca, en referencia a este tema de indagación indica que:

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real del ingreso de un producto nuevo en un mercado determinado. (Baca, 2011; citado en Echeverría, 2017, p. 180)

De lo descrito en el párrafo anterior, entendemos que el estudio de mercado constituye el punto de partida de una investigación ya que a través de este podemos analizar varios aspectos sobre la factibilidad de un producto o servicio.

El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. (Kotler, Bloom y Hayes; citado en Thompson, 2019)

En resumen, podemos deducir que, un estudio de mercado es una investigación que busca determinar y analizar la demanda y la oferta, dentro de un espacio específico, ya sea físico o virtual denominado mercado.

2.2.5.1. Producto

El producto son los conjuntos de bienes o servicios que un oferente pone a disposición de los clientes para la satisfacción de necesidades, para algunos autores, el producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según el fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. (Bonta y Farverc; citado en Thompson, 2005, par. 3)

Otros autores refieren del producto diciendo que este es un conjunto de características y atributos tangibles e intangibles que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. (CEF, s/f, p. 2)

2.2.5.2. *Oferta*

A diferencia del significado de producto, la oferta viene a ser la cantidad de productos que un oferente pone a disposición de los demandantes o consumidores.

En economía se conoce a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado, la cantidad ofertada del bien o servicio por los fabricantes depende de un conjunto de factores que pueden provocar aumentos o disminuciones de la cantidad ofrecida en el mercado (...). (Economía, 2014; citado en Paz, 2018, p. 19)

Para (Posadas, 2017, p. 32) oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores), están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

2.2.5.3. *Demanda*

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Posadas, 2017, p. 28)

De manera más simple (Operagb.com, 2017, p. 50) define a la demanda como la cantidad de productos que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio.

Este término va de la mano con la oferta, la demanda en si constituye un pilar decisivo para las empresas puesto que es una necesidad que los requirentes ponen a los oferentes, para que ellos busquen satisfacerla, de este modo ellos dan apertura al problema que los oferentes pueden solucionar.

2.2.5.4. *Demanda Insatisfecha*

Según (Andía, 2011, p. 69) la demanda insatisfecha, es aquella en donde parte de una población un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor a la oferta.

Podemos entender a la demanda insatisfecha como la cantidad de bienes o servicios que una cantidad limitada de oferentes no han podido satisfacer, debido a la cantidad de bienes o servicios escasos por parte de los oferentes para abarcar la demanda total.

La demanda insatisfecha, de acuerdo con (Beca, 2010; citado en Carrillo et al., 2020, pp. 813-814) es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer.

Para entenderlo de mejor manera, se propone la siguiente formula:

$$\text{Demanda Total} - \text{Oferta Existente} = \text{Demanda Insatisfecha}$$

2.2.5.5. Mercado

El mercado es considerado como un espacio físico o virtual en el que convergen tanto la oferta como la demanda, de tal forma de que las dos partes se beneficien, a través de un intercambio razonable.

En (SERNAC, s/f, par. 1) no señalan que el mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambios de bienes o servicios entre individuos, que llegan a un acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por este.

Según Kotler et al.; citado en Thomson, 2020, par. 7) el mercado es un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio.

En otras palabras, el mercado es el lugar en donde se realiza todo el proceso de intercambio de bienes o servicios y tiene como principales autores a la oferta y demanda, pero hay que considerar que sin lugar a duda el promotor de este intercambio es el factor precio; esto debido a que el precio es el que hace que esta relación se concrete.

2.2.5.6. Canales de distribución

Tabla 2-2: Definiciones Canales de Distribución

Autor/Cita	Concepto
(Kotler et al., 2008, p. 300; citado en Romero et al., 2018, p.2)	Los canales de distribución es el conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial.
(Posner, 2015; citado en Guala, 2020, p. 12)	La distribución está relacionada con la logística, con los diferentes medios de transporte, almacenamiento y comercialización de mercadería los cuales respaldan la llegada hasta su cliente objetivo; llamado también vía de comercialización.

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

En la teoría existen tres canales de distribución, que son:

- Del productor al consumidor
- Del productor a las tiendas
- Del productor al mayorista – minorista – público.

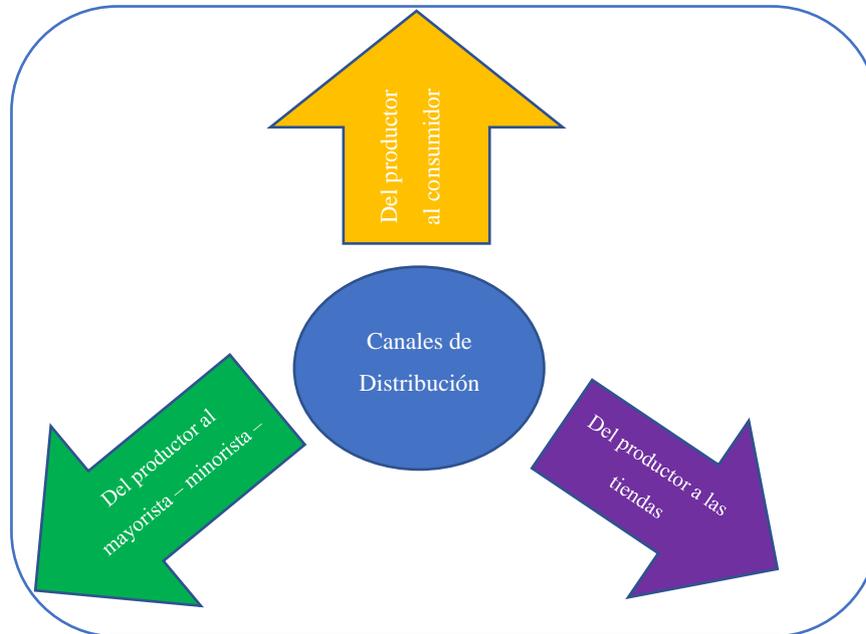


Ilustración 2-1: Canales de distribución

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

2.2.5.7. Precios

El análisis de la competencia de precios es de vital importancia ya que proporciona información clave para entender el comportamiento del mercado. (Blasco, 2022, pp. 4) Los precios que se establecerán deberán estar enfocados al sector, ubicación y competencia, además del costo de vida de la localidad

El precio de un producto de acuerdo con Chiriboga, (2014), es “El valor nominal de un bien o de servicio expresado en dinero”, además indica que “Es el valor de un bien expresado en dinero”. El precio es el factor fundamental que determina la cantidad que un fabricante ofrece de su producto, cuando el precio es alto la venta de ese producto se hace más rentable y por tanto la oferta de este es más elevada. Si el precio del bien disminuye la rentabilidad esperada por la venta disminuyendo y por tanto la cantidad que los fabricantes están dispuestos a vender. El precio de un producto se determina una vez calculados los diferentes costos de producción y gastos de operación, por cada artículo de producto, de tal manera que se pueda establecer un precio de venta unitario competitivo.

2.2.6. Estudio técnico

2.2.6.1. Localización

La localización consiste en analizar los posibles lugares en los que se puede implantar el proyecto y así poder determinar el sitio idóneo, con los mejores beneficios para la planta (Guala, 2020, p. 57).

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

Para (Israel, 2018, p. 50; citado en Chávez, 2021, p. 10) la localización trata de conocer o buscar la disponibilidad de un terreno, de una forma de asignación de la demanda, también trata del acceso a los medios de transporte y de los proveedores.

De lo mencionado anteriormente podemos decir que la localización es el espacio físico en el que se determina la ubicación de en donde se va a enfocar el proyecto, tomando en cuenta los aspectos geográficos del mismo.

2.2.6.2. Macro localización

La macro localización cosiste en describir la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto o empresa. (Sy Corvo, 2021a, par. 1).

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región.

2.2.6.3. Micro localización

Para (Sy Corvo, 2021b, par. 1). Es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto.

En este sentido podemos expresar que la micro localización hace referencia a un lugar más detallado de la localización, pues este mantiene un enfoque más específico; lo que nos hace pensar

que la micro localización es la ubicación exacta en un espacio físico en donde se va a desarrollar un proyecto.

2.2.6.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería de proyecto es un estudio en función de la producción que define el proceso técnico que busca identificar las características del producto y al mismo tiempo optimizar la utilización de los recursos disponibles en la elaboración del producto. (Chávez, 2021, p. 50)

La ingeniería en una forma más entendible se la puede definir como un estudio en base a los procesos productivos y la temporalidad de su desarrollo, que busca la optimización de los recursos disponibles para eficientizar los procesos.

- **Procesos**

Los procesos son: tareas sistematizadas y organizadas en el tiempo según las etapas sucesivas son inevitables para el servicio y producto, así mismo, los procesos son fundamentales para mejorar las actividades que intervienen en el proceso de elaboración del producto o servicio. (Palabra Maestra, 2022, par. 2)

Podemos decir que en referencia a lo que se indica anteriormente, los procesos son el conjunto de actividades sistemáticas y sucesivas que se emplean para la elaboración de un producto, o para brindar un servicio.

Para (Imbaquingo, 2016) los procesos, son procedimientos técnicos que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos.

Es decir que un proceso es el conjunto de procedimientos técnicos sistematizados que se utilizan para la elaboración de bienes o servicios.

- **Distribución en planta**

La distribución de planta se refiere a la óptima disposición de las maquinas, los equipos y los departamentos de servicio, para lograr mayor coordinación y eficiencia posible en una planta. (KUZU, 2019, par. 1)

De este modo podemos entender que la distribución de planta es la correcta ubicación de todo lo que conforma el espacio físico en donde se desarrolla la actividad productiva de tal modo que se logre eficientizar el tiempo, obteniendo así una mejora de la producción y minimización de costos.

2.2.7. Estudio Financiero

El estudio financiero, consiste en elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto, capital del trabajo, etc. (UNAM, 2021, p. 3)

Es decir que el estudio financiero busca recabar toda la información de los rubros económicos sobre la inversión, ingresos, egresos, gastos y otros recursos que representan un monto económico para el proyecto.

2.2.7.1. Ingresos

De acuerdo con (Miranda, 2012; citado en Proaño, 2019, p.71) Los ingresos son el dinero obtenido de la venta de "n" producto o la prestación de un servicio. Este se calcula con los datos obtenidos en el estudio de mercado y estudio técnico.

Los ingresos se refieren al dinero que entra en un negocio a casusa de sus actividades comerciales regulares, como la venta de bienes y servicios a los clientes. (Shneir, 2019, par. 9) De este modo podemos deducir que los ingresos son todos los valores económicos que resultan de la actividad que realizamos como empresa, estos valores incluyen los gastos que intervienen en el proceso.

Para calcular los ingresos se tiene presente la siguiente fórmula:

$$\text{Ingresos} = \text{Cantidad} \times \text{Precio de Venta}$$

2.2.7.2. Egresos

El concepto de egresos está vinculado a la contabilidad, en ese sentido que los egresos representan la salida del dinero de las arcas de una empresa u organización. (Pérez et al., 2021, par. 2)

Así podemos considerar a los egresos son el conjunto de todos los montos que salen de la empresa con el fin de hacerle frente a las obligaciones contraídas.

Un egreso es la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago, también puede considerarse a la salida de dinero provocada por otros motivos. (Contpaqui, s/f, par. 5)

De este modo definimos a los egresos como esa cantidad monetaria que sale de la empresa para cumplir con las obligaciones que se tiene.

2.2.7.3. *Costos*

Se entiende por costos y en el sentido monetario el desembolso para la obtención de un bien o servicio puede significar la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo útil. (Véliz, 2022, p. 36)

Es una inversión, es decir, que es recuperable, pues se lo utiliza para el desarrollo o producción de un bien o servicios.

Para (Pérez, 2021, par.13) Salida de dinero que se usa en puntos de manera directa vinculados con la producción de bienes o servicios.

Podemos deducir que los costos son toda erogación del factor económico definido como inversión necesaria para la producción de un producto determinado, es decir, son las salidas de dinero para lograr a concretar los procesos de producción.

2.2.7.4. *Gastos*

Salida de dinero que se usa en puntos operativos de la compañía que no poseen parentesco directo con la producción de bienes o servicios. (Pérez, 2021, par.13)

De este modo podemos decir que los gastos son todas aquellas erogaciones de dinero necesarias, que se realizan con el fin de cubrir montos económicos en los cuales no interviene el proceso productivo.

El autor (Pedrosa, 2018, par. 2) menciona que:

Cuando realizamos un gasto, se produce una salida de dinero con la que obtenemos un bien, servicio o trasvase de dinero hacia otro agente del que esperamos algo. Sin embargo, esa salida de dinero no tiene porqué producirse en ese momento, ya que podemos gastar algo y pagarlo después o, al contrario. En contabilidad, se establece mediante el principio de devengo, que los gastos se registrarán en el momento en que ocurren, con independencia de la fecha de su pago.

De que se menciona en el párrafo anterior podemos deducir que un gasto es una salida de dinero que se hace en contraprestación de la obtención de un bien o servicio, pero que no intervienen en el proceso productivo.

Dentro de los gastos podemos encontrar de forma general dos tipos que son:

- **Gastos Administrativos**

Son conocidos también como gastos operacionales o de operación, y son aquellos gastos que se originan para el funcionamiento a nivel administrativo de la empresa.

Debe tenerse en cuenta que este tipo de gastos no están sujetos a la actividad comercial de la organización. (Euroinnova, 2021, par.2)

Es así como se consideran gastos administrativos a todas las salidas de dinero para cubrir requerimientos o necesidades que genera la función administrativa y que no intervienen en el proceso de producción.

- **Gastos Financieros**

Los gastos financieros son todos aquellos valores que derivan de la obtención de financiación o titularidad de cualquier pasivo financiero. Afectando tanto a las empresas como a los individuos. (Sevilla, 2017, par. 1)

Los gastos financieros corresponden al interés que tiene que pagar la empresa por la obtención de financiamiento para su utilización en la empresa, es decir, son los valores a pagar de una obligación contraída para la financiación de algún proceso o área de la empresa.

2.2.8. Rentabilidad

Es la capacidad de una inversión determinada, de arrojar beneficios superiores a los invertidos después de la espera de un periodo de tiempo. (Concepto, 2021, par. 2)

La rentabilidad en sí es el valor excedente devuelto luego de la inversión, es así que constituye un monto económico generad en exceso y que constituye la ganancia de la operación económica realizada.

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas y utilización de inversiones (...). (Sánchez, 2001; citado en Zamora, 2008, p. 11)

De este modo entendemos que la rentabilidad no es nada más que el resultado de la utilidad sobrante luego de restada la inversión.

- **Flujograma**

Es un gráfico de uso común en ingeniería química e ingeniería de procesos que demuestra el flujo de producción continuo de productos químicos y otros tipos de equipos involucrados. (Edraw, 2022, par. 2)

Por diagrama de flujos podemos decir que es una representación gráfica que demuestra la sistematización de un proceso, ya sea en la elaboración de productos o la prestación de servicios, es una forma en la que podemos visualizar cada una de las actividades o etapas por la que atraviesa un proceso.

SÍMBOLO	NOMBRE	¿PARA QUÉ SE UTILIZA?
	Óvalo o Elipse	Indica el principio y el fin del proceso, por lo tanto, un diagrama de flujo debe empezar y terminar con este símbolo. Un mismo proceso puede tener varios fines y para cada uno de ellos debe usarse un óvalo.
	Rectángulo o caja	Ilustra una operación, una actividad o una tarea que conlleve a un cambio dentro del proceso.
	Rombo	Representa las decisiones que deben tomarse para seguir uno u otro curso dentro del proceso. Dentro del rombo se escribe la pregunta que permite tomar la decisión.
	Entradas	Indican la entrada de información adicional necesaria para realizar las actividades del proceso.
	Salida	Representa salida de información de cualquier actividad dentro del proceso.
	Conectores	Indican conexiones con otros procesos, otras actividades e incluso, otras páginas.
	Flecha	Indica el sentido del proceso. Los demás símbolos se unen por medio de flechas para ilustrar el flujo del proceso.

Ilustración 2-2: Símbolos de para construir diagramas de flujo

Fuente: siepsi, 2023.

2.2.9. Estudio administrativo

Dentro de un proyecto de factibilidad se debe abordar una parte funcional de cualquier empresa, esta es la administrativa y la parte legal, pues está es capaz de organizar y definir el rumbo y acciones para alcanzar los objetivos.

Para (Paredes, et al., 2021, p. 25) e estudio administrativo, es la integración organizada y planificada de todos los recursos que se emplearán en una empresa para cumplir los objetivos de las mismas.

Para (López, et al., 2008, p. 2) el estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional y aspectos legales.

2.2.9.1. Parte Legal

Al momento de emprender un proyecto es necesario establecer procedimientos adecuados para su preparación y evaluación correspondiente, que nos va a permitir analizar su rentabilidad e impacto en cuanto a las necesidades que se desea abordar.

El estudio legal de un proyecto comprende:

- ❖ **Constitución Legal:** *Permite a nuestro proyecto estar representado legalmente, pudiendo realizar las actividades correspondientes con responsabilidad y sin restricciones.*
- ❖ **Régimen Tributario:** *Se debe tener en cuenta las legislaciones impositivas vigentes, las implicancias tributarias que provoca la ejecución del proyecto y los impuestos a abarcar (Nacionales, Provinciales y Municipales).*
- ❖ **Licencias y Autorizaciones:** *Refiere a los permisos necesarios para la ejecución y funcionamiento del proyecto, considerando las características naturales del mismo, como su ubicación de operatividad, actividades, etc.*
- ❖ **Patentes y Marcas:** *Protegen las inversiones del proyecto, transformándolas en intangibles con el fin de garantizar el derecho de propiedad. (Villafane, 2022, par. 3)*

2.2.9.2. Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, supervisión y asesoría (Franklin, 2014; citado en Paredes, et al., 2021, p. 25)

Según (Branding Employer, 2020, par. 2) un organigrama, es una representación visual ordenada de las estructuras organizacionales que componen la entidad, esta posibilita identificar las cadenas de mando, como se agrupan las personas y vinculaciones jerárquicas de la plantilla.

De este modo, en base a lo descrito en el párrafo anterior, se considera al organigrama como una herramienta de apoyo visual, que denota en forma estructurada y jerarquizada las cadenas de mando y de dependencia administrativa dentro de una entidad, empresa u organización.

- **Estructural**

Un organigrama estructural como su mismo nombre lo indica muestra de forma gráfica la estructura de la organización, utilizando únicamente la división departamental o divisiones de área de una forma jerarquizada.

Para (Ruiz, 2020, par. 1) un organigrama estructural es aquel que partiendo de una cadena de mando muestra la estructura administrativa existente en una organización.

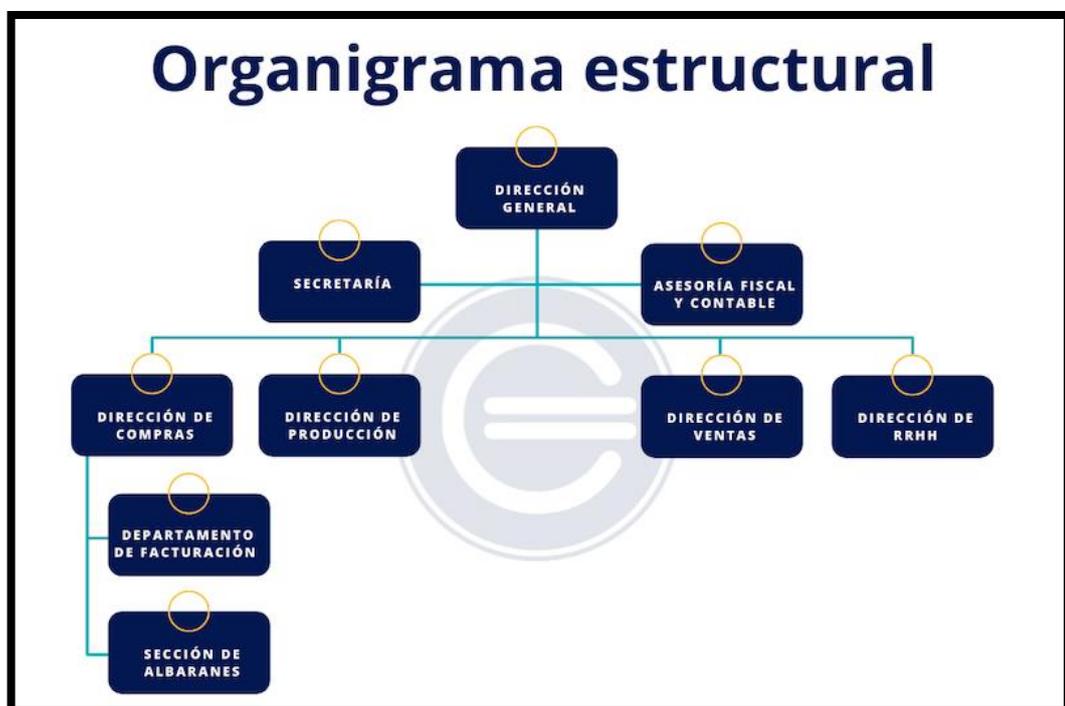


Ilustración 2-3: Organigrama estructural

Fuente: Google Imágenes, 2023.

De lo mencionado anteriormente podemos entender como organigrama estructural, a aquella cadena de mando que se forma de la vinculación entre departamentos o áreas de una empresa y que representada de manera gráfica permite visualizar el nivel de jerarquización y dependencia que cada una de ellas tienen entre sí.

- **Funcional**

(Euroinova, 2022, par. 3) sostiene que es un esquema que muestra a cabalidad las unciones, competencias, rasgos y atribuciones que posee una empresa..., de forma que los nuevos puedan adaptare al tipo de gestión y estrategias que se utilizan en el lugar.

Cund nos referimos a funcional, estamos hablando de funciones, de este modo se entiende por organigrama funcional a la representación gráfica, en el que se muestran las funciones de cada persona que ocupa un puesto en la empresa y un área o departamento diferente según corresponda.

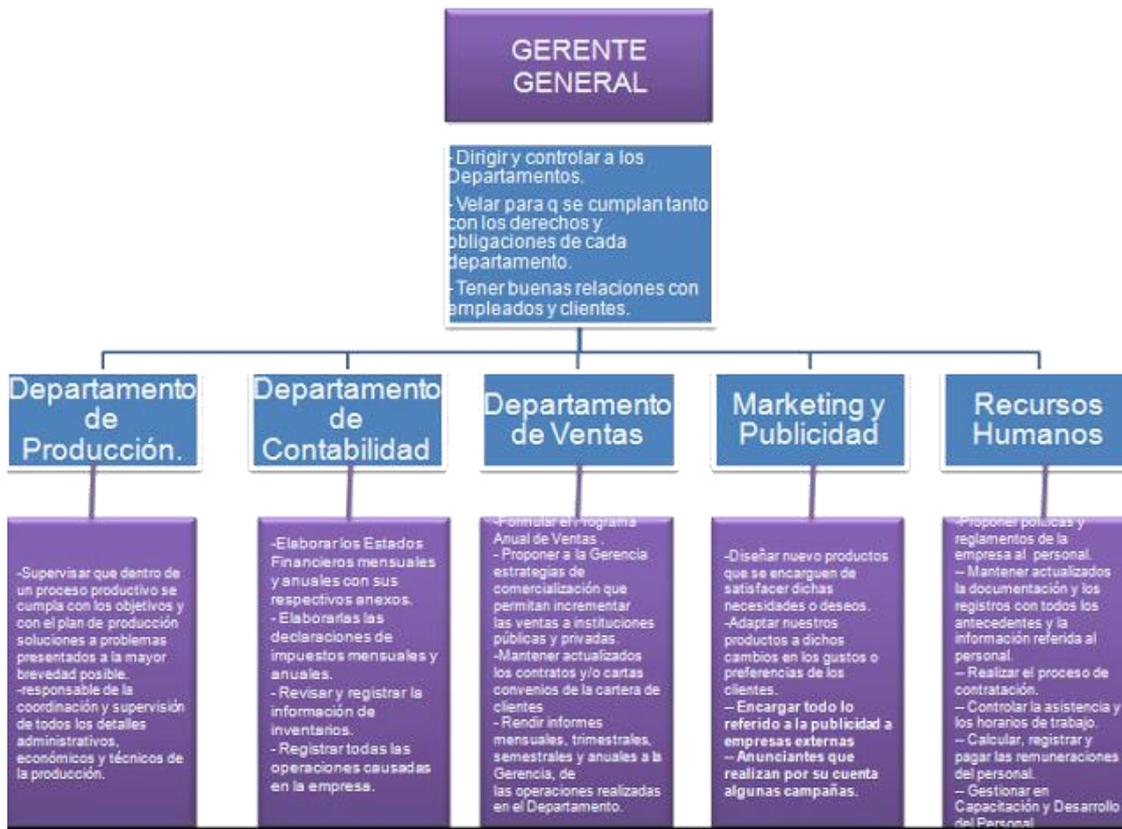


Ilustración 2-4: Organigrama funcional

Fuente: Google Imágenes, 2023.

2.2.10. Evaluaciones

En el proceso de selección de los proyectos de inversión y el conocimiento que las empresas posean acerca de los criterios para evaluar la decisión de invertir sean cruciales para el logro de los objetivos financieros

- **TIR**

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. (Economipedia, 2017, par. 1)

La fórmula con la que obtenemos la TIR es a través de la siguiente:

$\text{Tasa de rentabilidad} = [(\text{Valor final} - \text{valor inicial}) / \text{Valor inicial}] \times 100$

También podemos usar el van como indicador de rentabilidad, en este caso si el VAN es superior a cero no es rentable, si es igual o menor a cero es rentable, para esto utilizamos la siguiente formula:

$$VAN = 0 = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F13}{(1+i)^3} \dots \dots$$

- **VAN**

Según (IMF, 2020, par. 5) el VAN es la suma de valores actuales de todos los flujos de caja esperados de un proyecto Si la suma de los flujos de caja actualizados es mayor que el desembolso inicial se creará valor, si no lo es se estará destruyendo.

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F13}{(1+i)^3} \dots \dots$$

A = Desembolso inicial

Fx = Flujo de caja generado en cada periodo

i = Tasa de descuento

- **Relación costo beneficio**

Según (Shopify, 2019, par. 1) El análisis de costo-beneficio es el proceso de analizar las decisiones de un negocio, ... el costo de una opción es restado del beneficio de este. Al realizar un análisis de costo-beneficio la administración puede decir si una inversión vale la pena o no.

El análisis costo beneficio brinda una visión más clara y simple del grado de éxito que puede tener un proyecto, de esta manera se puede saber si se está yendo por el camino correcto o es tiempo de hacer un cambio de dirección. (Rodríguez, 2021, par. 3)

$B/C = VAN / VAC \text{ o}$

B = Beneficios netos

C = Costos de Inversión

VAN= valor de costo

VAC o = Beneficio

- **PRI**

Denominado también periodo de recuperación de la inversión es una evaluación que se realiza para saber el tiempo que nos va a tardar recuperar lo invertido en un proyecto.

(Economipedia, 2014, par. 1) menciona que, es un plazo de para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Es un método estático para la evaluación de inversiones.

Para calcular el PRI se pueden utilizar 2 formulas dependiendo la situación:

❖ Periodos de flujos constantes:

$$\text{PRI} = I_0 / F$$

❖ Periodo de flujos de caja diferentes:

$$\text{PRI} = a + [(I_0 - b) / F_t]$$

I_0 = Inversión inicial

F = Valor de los flujos de caja

a = Numero de periodos

b = Suma de flujos de caja

F_t = Valor de flujo de caja del año en el que se recupera la inversión

- **Evaluación ambiental**

La evaluación ambiental tiene por objetivo determinar los efectos que causará el desarrollo del proyecto.

Para (Argentina, 2018, par. 1) La evaluación ambiental es el procedimiento obligatorio que permite identificar, predecir, evaluar y mitigar los potenciales impactos que un proyecto de obra o actividad puede causar al ambiente en el corto, mediano y largo plazo; siendo un instrumento que se aplica previamente a la toma de decisión.

En este sentido podemos entender que una evaluación ambiental es un documento en el que se determinan todos los impactos que el proyecto va a tener en el entorno ambiental.

- **Evaluación Social**

La evaluación social busca identificar el impacto y grado de aceptación de las personas de la localidad en donde se va a desarrollar el proyecto, esta considera algunos puntos importantes a evaluar:

- ❖ Es útil y práctica: La evaluación permite mejorar las intervenciones en marcha y las futuras, además de permitir la gestión.
- ❖ Sistemática durante todo el proceso de evaluación: Recoge la información de manera sistemática e integral, lo que permite una valoración adecuada de los criterios de evaluación.
- ❖ Su flexibilidad: Es fundamental la flexibilidad de sus métodos en todo el proceso de evaluación.
- ❖ Se ajusta a los tiempos temporales definidos: Para lograr el aprendizaje y mejorar la intervención presente o futura, este proceso se debe desarrollar en los tiempos asignados y definidos.
- ❖ Es impersonal y se basa en el análisis de las políticas, los planes, programas y proyectos, jamás de las personas involucradas. (UNIACC, 2021, par. 17)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

Se manejó un enfoque de investigación de tipo cuantitativa y cualitativa, debido a que la estrategia para su desarrollo se basó en cuantificar la recopilación y análisis de datos mediante la aplicación de encuestas a la ciudadanía que permitieron llegar a la conclusión del estudio.

El enfoque mixto puede ser comprendido como un proceso que recolecta analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos, en un mismo estudio (Tashakori y Teddlie, 2003; como se cita en Salas, 2019)

El enfoque es mixto debido a que se realizaron encuestas que se tabularon, además los análisis de datos como la oferta y demanda se presentaron en una forma cuantitativa, también se emitieron comentarios y criterios con base en la investigación, lo que conllevó también un enfoque cualitativo.

3.2. Nivel de Investigación

En referencia al nivel de investigación se puede indicar que: “El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.” (Guevara, Et. Al, 2020, p. 171). La investigación descriptiva se considera un método eficaz para la recolección, tabulación y análisis de datos durante el proceso investigativo; para lo cual se utilizó una encuesta debidamente estructurada.

La presente indagación utilizó un nivel descriptivo ya que estuvo enfocado a la recolección de datos de las tendencias del consumidor en el mercado; principalmente en referencia a la frecuencia de consumo de los futuros demandantes del restaurante, los precios, estrategias de ventas, periodos de consumo, gustos del consumidor, entre otros.

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. *Según la manipulación o no de la variable independiente*

El diseño de este estudio se centró en el tipo no experimentales, ya que no se manipularán variables y se estudiarán las tendencias del mercado; por lo tanto, se utilizaron encuestas observaciones, y otras herramientas analíticas para la obtención de conclusiones de la investigación.

3.3.2. *Según las intervenciones en el trabajo de campo*

Al ser un trabajo para defender esta investigación fue de carácter transversal, es decir la utilización de la información que se recopiló se utilizó únicamente para ver la viabilidad de que se Aperture una sucursal. El estudio trasversal proporciona estimaciones de prevalencia en diferentes grupos demográficos. (Sánchez, 2017, par. 4)

3.4. Tipo de estudio

La investigación de campo es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico. Es un método de recolección de datos cualitativos encaminados a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural. (Questionpro, 2021, par. 4)

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

3.5. Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

Dentro de cualquier investigación que involucra la recolección y análisis de datos de un número grande de sujetos de estudio, la determinación de la muestra derivada de la población constituye una parte fundamental para la aplicación de las herramientas propias de un tipo de investigación descriptiva.

Según (Ventuna, 2017, par.3) “La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar, (...) entre población y la muestra existe un carácter inductivo que va de lo particular a lo general”

La población en esta investigación fue el número de estudiantes matriculados en la Universidad Estatal de Bolívar en la ciudad de Guaranda que, según datos del periodo académico noviembre

2021- marzo 2022 mantiene un total de alumnos de 7987 estudiantes de todas las facultades, datos obtenidos del documento “Modelo Tecnológico para Carreras Híbridas y en Línea de la Universidad Estatal De Bolívar V1.0”

Para la determinación de la muestra se estableció la siguiente fórmula:

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza 95%, constante 1,96

P = Variabilidad positiva

q = Variabilidad Negativa

N = Tamaño de la población

E = Precisión de error.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 7987}{0,05^2(7987 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 366$$

De acuerdo con la fórmula que se utilizó la determinación de la muestra con un 95% de confianza y un margen de error del 0,05% fue de 366 estudiantes.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Método

3.6.1.1. Método Deductivo

Se relaciona con el estudio porque a través de este se plantean conclusiones para poder dar a conocer los resultados obtenidos en la investigación, según Hurtado y Toro (2006; citado en Prieto, 2017) el método deductivo es un método que permite pasar de hechos particulares a los principios generales. p.16.

El método deductivo fue utilizado debido a que se necesitó recopilar información acerca de la situación de competencia y demás factores intrínsecos de un estudio de mercado para proyectarlo hacia el alcance de los objetivos propuestos.

3.6.1.2. Método Inductivo

Para (Hurtado y Toro, 2006; citado en Prieto, 2017, p.10) El método inductivo, es un método basado en el razonamiento, el cual permite pasar de hechos particulares a los principios generales.

El método inductivo por su contraparte con relación al método deductivo parte de lo particular a lo general, esta se la utilizó para poder tener otra perspectiva que permitiera saber cómo influyen ciertos aspectos particulares en la recepción de los consumidores.

3.6.2. Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas e instrumentos que se usaron para recolectar los datos necesarios en esta investigación son: la observación, análisis bibliográfico, las encuestas, cuestionarios.

La observación es el método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y hecho o los actores sociales, de lo que se obtiene datos que luego se sistematizan. (Rodrigo, 1996, pg.12).

La encuesta para (Arenal, 2019) es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos, esta encuesta está estructurada de forma clara y precisa con palabras que el encuestado puede entender y responderla con la mayor facilidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, pg. 217, citado en Salas) explican que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”.

Al tratarse de una investigación de nivel descriptivo, la encuesta se utilizó para recabar información acerca de las tendencias del mercado al cual estuvo enfocada la investigación, en este caso sobre los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar.

El cuestionario es una herramienta que según (García, 2019 pág. 2) tiene por finalidad obtener de manera sistemática y ordenada información acerca de la población con la que se trabaja, sobre las variables objeto de la investigación.

En la presente investigación se utilizó un cuestionario de 12 preguntas cuyo propósito fue recabar información sobre las tendencias de consumo y consideración de los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, para conocer el grado de aceptación de apertura una sucursal de un restaurante que prepara platos en base al plátano verde.

CAPÍTULO IV

4. DISCUSIÓN Y RESULTADOS

4.1. Resultados

1. ¿Con qué frecuencia usted consume comida fuera de su domicilio?

Tabla 4-1: Frecuencia de consumo fuera del domicilio

FRECUENCIA DE CONSUMO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
Nunca	118	32%	32%
1 vez a la semana	165	45%	77%
2 a 3 veces a la semana	47	13%	90%
Más de 3 veces por semana	36	10%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

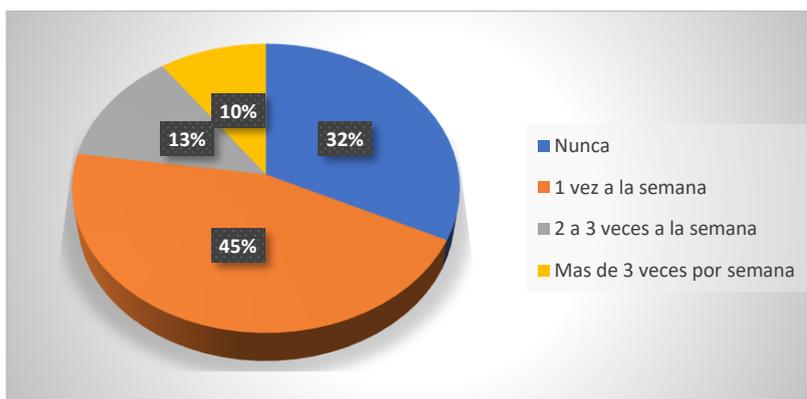


Ilustración 4-1: Frecuencia de consumo fuera de casa

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

Dentro de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar, en cuanto a la frecuencia con la que consumen comida fuera de su domicilio, el 58% señala que lo hace de 1 a 3 veces por semana mientras que un 32% señala que no lo hace nunca.

Interpretación

El consumo de comida de una persona durante el periodo estudiantil es un factor importante para el rendimiento académico, si nos referimos a los estudiantes que residen solos los tiempos de estudio comprenden un amplio margen que en ocasiones imposibilita la preparación de comida dentro de su domicilio, lo cual los impulsa a alimentarse fuera del mismo.

2. ¿En qué horario usted prefiere comer afuera?

Tabla 4-2: Horario de consumo

HORARIO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
Mañana	147	40%	40%
Tarde	156	43%	83%
Noche	63	17%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.



Ilustración 4-2: Preferencia del horario de consumo

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

El horario preferido para consumir alimentos fuera del domicilio según la encuesta realizada indica que son en la tarde pues un 43% de los encuestados indica que almuerza fuera de su domicilio, por el contrario, parte, el horario con el que menor frecuencia consume es en la noche y está representado por un 17% de los encuestados.

Interpretación

Por lo general los horarios de clases van desde la mañana hasta la tarde, tiempo en el que los estudiantes se encuentran fuera de su domicilio, esto facilita que la decisión de los estudiantes por consumir alimentos fuera de su domicilio se encamine al horario de la tarde, representativamente en la hora del almuerzo.

3. ¿Cuántos restaurantes que preparan comida a base del plátano verde usted conoce a los alrededores de la Universidad Estatal de Guaranda?

Tabla 4-3: Competencia de sector universitario

CONOCIMIENTO DE COMPETENCIA	DE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
1-3		197	54%	54%
4-5		68	19%	73%
5-6		0	0%	73%
Más de 6		0	0%	73%
Ninguno		101	28%	100%
TOTAL		366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

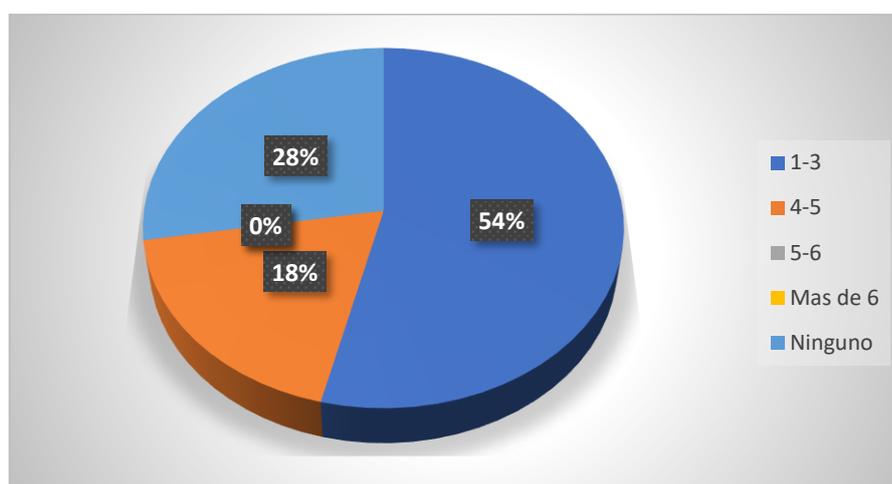


Ilustración 4-3: Grado de conocimiento de la competencia

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

Los estudiantes encuestados de manera general señalan que mantienen un conocimiento vago de locales que elaboren productos a base del plátano verde, de manera que un 54% afirma que conoce de restaurantes que elaboren este tipo de platos.

Interpretación

Del total de los encuestados, 197 estudiantes tienen constancia de que por lo menos hay una media de 2 restaurantes que ofrecen productos similares en el sector universitario y por otro lado un tercio menciona que no conoce ningún restaurante que oferte lo mismo que se plantea en este proyecto, lo que podemos considerar como una oportunidad.

4. ¿Consume platos preparados en base al plátano verde?

Tabla 4-4: Tendencia de consumo de platos en base a plátano verde

TENDENCIA DE CONSUMO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
Si	345	94%	94%
No	21	6%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

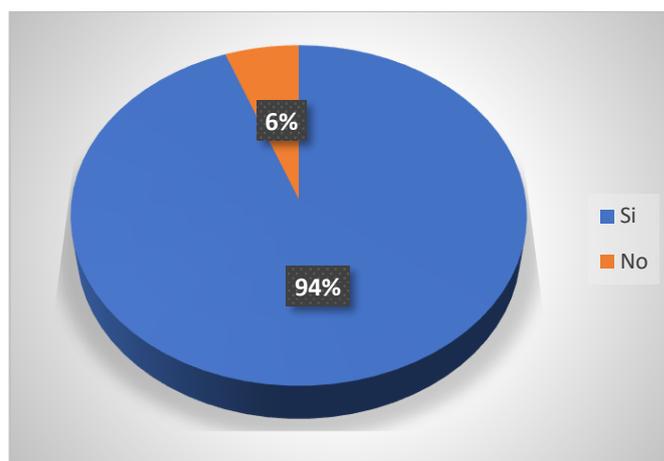


Ilustración 4-4: Encuestas

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

Las tendencias de los estudiantes hacia los platos elaborados a base del plátano verde constituyen un 94% de aceptación, por otro lado, únicamente un 6 % es el porcentaje que no consume este tipo de platos.

Interpretación

Ecuador es un país rico en cultura y gastronomía, la variación en los diferentes platos que se elaboran ofrece la oportunidad de degustar varias combinaciones de sabor, las texturas y el sabor del plátano verde en sus diferentes presentaciones brindan la oportunidad de experimentar otros sabores fuera de lo habitual, además que las propiedades nutricionales del plátano verde son mejores en relación con otros alimentos propios de la sierra.

5. ¿Con qué frecuencia usted consume platillos preparados a base de plátano verde?

Tabla 4-5: Consumo de platos en base de plátano verde

TENDENCIA DE CONSUMO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
Nunca	21	6%	6%
Rara vez	129	35%	41%
A veces	79	22%	63%
Casi siempre	137	37%	100%
Siempre	0	0%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

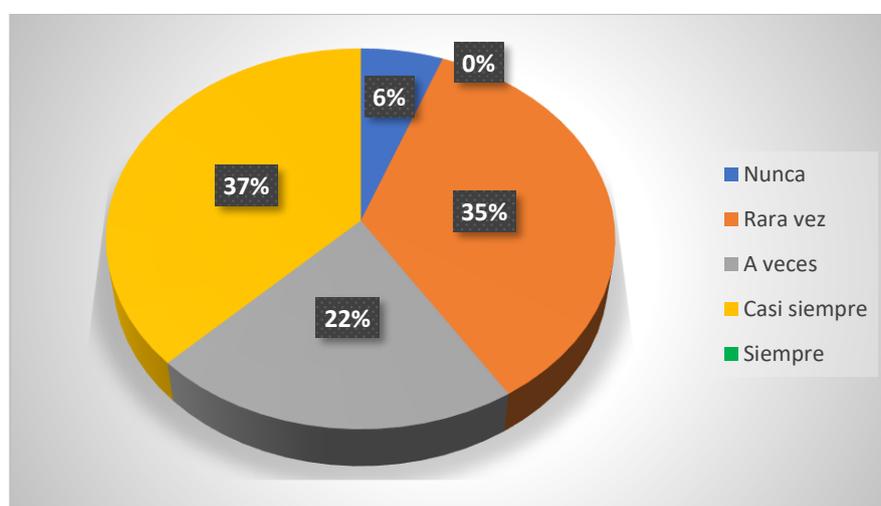


Ilustración 4-5: Frecuencia de consumo

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

El 59% de los resultados obtenidos indican que de forma general los estudiantes consumen comida base del plátano verde a veces y casi siempre, por otro lado, un 6% indica que nunca lo hace.

Interpretación

Los resultados indican que el nivel de aceptación y de consumo son favorables para los platillos elaborados a base del plátano verde, el nivel de consumo es relativamente alto en referencia a a las respuestas de la muestra determinada.

6. ¿Visitaría un restaurante en donde preparen platos preparados en base del plátano verde?

Tabla 4-6: Preferencias de visita

TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
Si	345	94%	94%
No	21	6%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

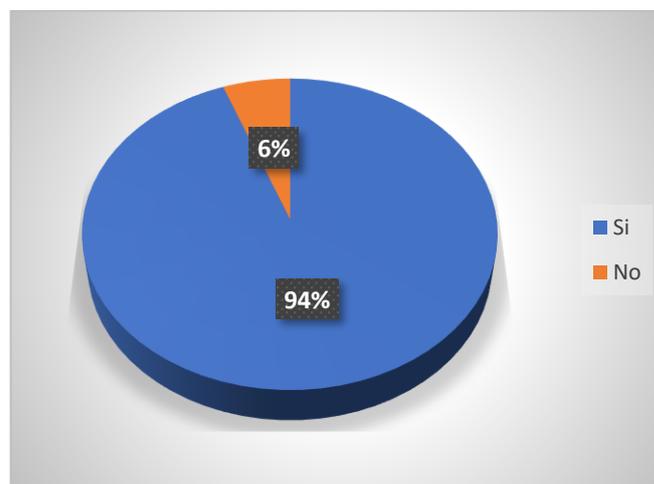


Ilustración 4-6: Tendencia de visita del consumidor

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

En la tabla 6 se evidencia que 94% de estudiantes visitaría un local en donde se elaboren platillos a base del plátano verde y solamente un 6% indica que no lo haría.

Interpretación

En este contexto podemos interpretar que, el nivel de aceptación en referencia a la apertura de un restaurante que elabore platos a base del plátano verde es realmente favorable, e indica que existen un gran número de clientes potenciales.

7. ¿Qué platos a base del plátano verde usted ha consumido?

Tabla 4-7: Preferencias del consumidor

PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
Bolones	286	78%	78%
Hamburguesa de patacón	88	24%	102%
Tigrillo	97	27%	129%
Majado	94	26%	154%
Chifles	112	31%	185%
Salchiverde	29	8%	193%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

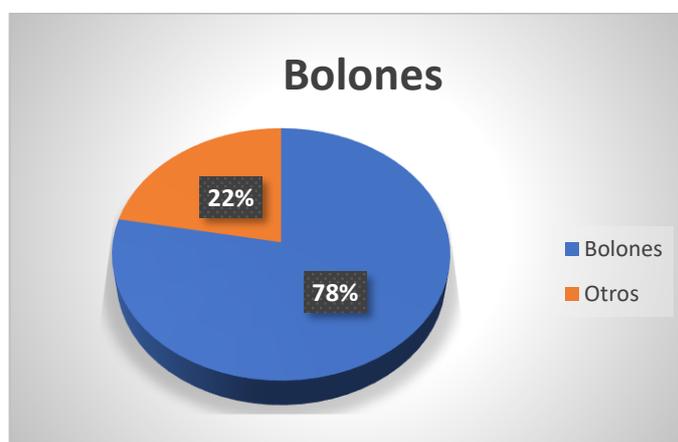


Ilustración 4-7: Bolones

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

De todos los productos planteados, el mayor nivel de consumo lo mantiene el plato denominado “Bolón” con un nivel de consumo del 78% en relación con los demás productos, a esto le sigue los “chifles” con un 31% y el “tigrillo” con un 27%, en contra parte, el que menos personas a consumido es la “salchiverde”.

Interpretación

El consumo del bolón y el tigrillo puede entenderse que son los más numeroso debido a nivel de reputación que se mantiene a nivel nacional es grande, además son comidas típicas de la costa ecuatoriana, además de forma general son platillos consumidos en todo el Ecuador.

8. ¿Le gustaría que se apertura un restaurante de comidas en el que preparen platillos a base de plátano verde?

Tabla 4-8: Aceptación de apertura una sucursal

TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
Si	321	88%	94%
No	45	12%	106%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

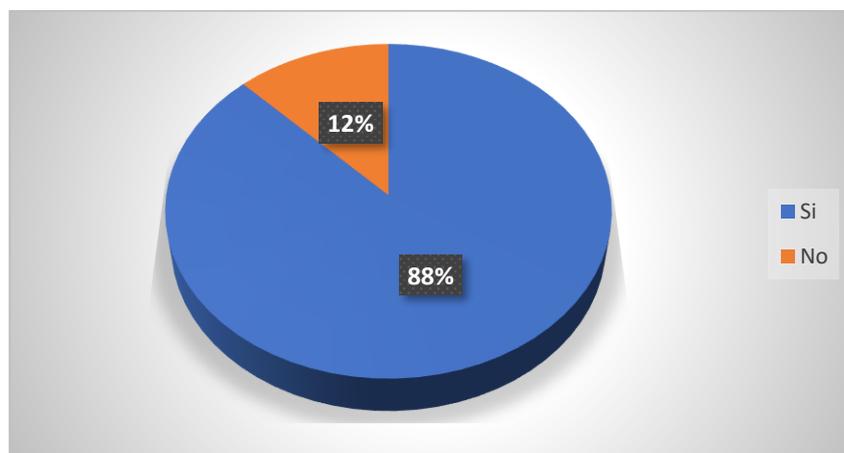


Ilustración 4-8: Nivel de aceptación de apertura una sucursal

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

La tabla 8 refleja que el 88% de los encuestados están de acuerdo a que se apertura una sucursal de un restaurante que elabora platillos a base del plátano verde, únicamente un porcentaje relativamente bajo indica que no.

Interpretación

En base a los resultados obtenidos podemos deducir que el nivel de aceptación de que se apertura un local que elabore platos a base del plátano verde es razonablemente alto, esto indica una oportunidad en el mercado estudiantil del sector universitario.

9. ¿En qué sector le gustaría que se Aperturen un restaurante de comidas en el que preparen platillos a base del plátano verde?

Tabla 4-9: Preferencia de localización

PREFERENCIAS DE LOCALIZACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
Guanajuo	100	27%	27%
Centro	144	39%	66%
Sector Universitario	115	31%	97%
Plaza del Carnaval	10	3%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

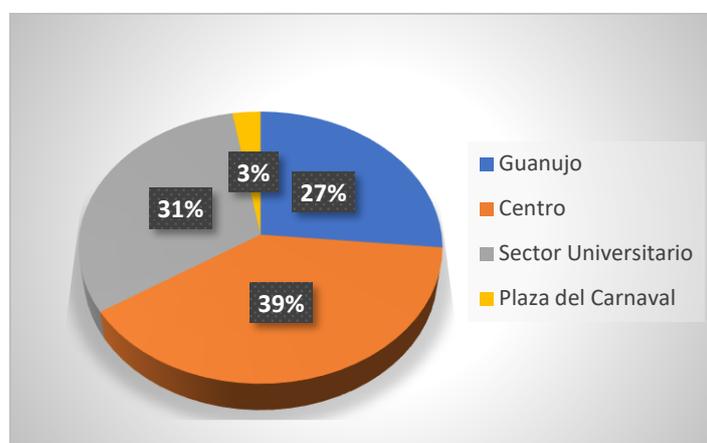


Ilustración 4-9: Preferencias de localización

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

Dentro de los lugares indicados a los encuestados en los cuales se plantearía la apertura de una sucursal del restaurante MONKY, un 39% indica que preferiría que se aperturen en el centro de la ciudad, seguido a este resultado, un 31% indica que una buena opción es el sector universitario; al contrario de esto un 3% manifiesta que la Plaza del Carnaval no representa un buen lugar.

Interpretación

Dentro de una ciudad con poco desarrollo urbano, el centro siempre va a representar una opción muy viable por la masiva concentración de clientes potenciales, sumado a este el sector universitario también constituye una opción muy viable por la variedad de personas concentradas en un mismo sitio.

10. Dentro de las características para preferir entrar en un restaurante, ¿Cuáles considera usted que son las más relevantes?

Tabla 4-10: Valoración de características del producto

CARACTERÍSTICAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Calidad del producto	312	85%
Rapidez en la preparación	44	12%
Precio	97	27%
Utilización de materiales biodegradables	8	2%
Sanidad	50	14%
Ambiente	11	3%
Calidad del servicio	61	17%
TOTAL	366	100%

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

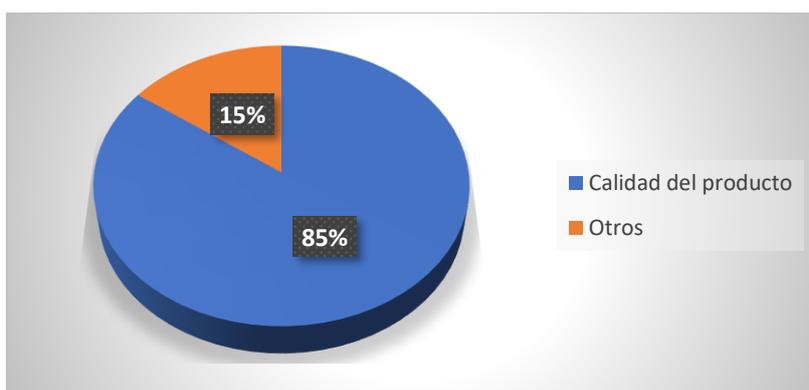


Ilustración 4-10: Valoración del producto

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

De acuerdo con la tabla 10, los resultados indican que las características que más valoran a la hora de escoger un producto es la calidad, el 85% de los encuestados concuerdan con esta premisa, a esto le sigue el precio y la calidad del servicio que representan el 44%.

Interpretación

A nivel general dentro del país manejamos niveles económicos relativamente estables, aun así, presentamos trabas económicas que hacen que las personas busquen administrar sus ingresos de la mejor manera, eso siempre buscando calidad, es por ello que la calidad y el precio en nuestra cultura deben ser proporcionales, con el fin de que haya una buena aceptación del mercado.

11. Seleccione los precios por producto según su criterio (seleccione un solo precio por producto)

Tabla 4-11: Preferencia de precio del Bolón

BOLÓN			
PRECIOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
\$1,50 -\$2,50	354	97%	97%
\$3,00 -\$4,00	12	3%	100%
\$4,50 – \$5,50	0	0%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

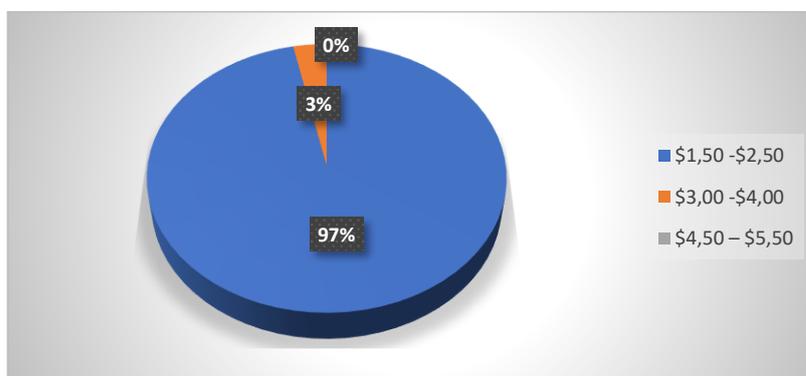


Ilustración 4-11: Precio del bolón

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Tabla 4-12: Preferencia de precio del Bolón

TIGRILLO			
PRECIOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
\$1,50 -\$2,50	352	96%	96%
\$3,00 -\$4,00	14	4%	100%
\$4,50 – \$5,50	0	0%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

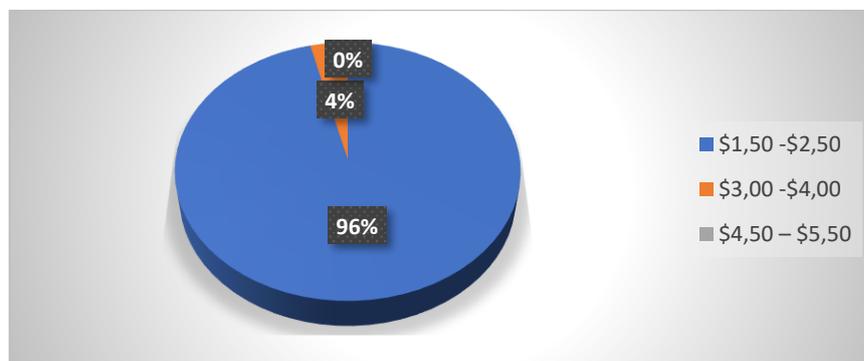


Ilustración 4-12: Precio del tigrillo

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Tabla 4-13: Preferencia de precio del majado

MAJADO			
PRECIOS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
\$1,50 -\$2,50	352	96%	96%
\$3,00 -\$4,00	14	4%	100%
\$4,50 – \$5,50	0	0%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

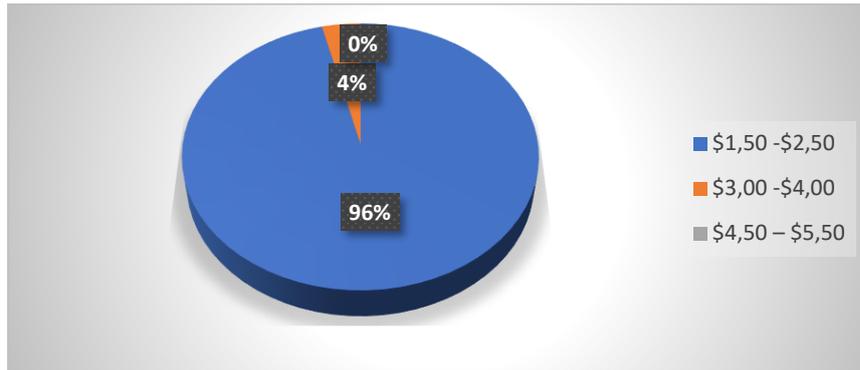


Ilustración 4-13: Precio del tigrillo

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis: La pregunta 11 está enfocada resolver el precio que podrían pagar los consumidores por un plato elaborado a base del plátano verde, en este contexto los resultados indican que en un margen ente 96% y 97% de o encuestados están dispuestos a pagar entre \$1,50 a \$2,50.

Interpretación: La capacidad adquisitiva de los estudiantes en muchas de las ocasiones varía dependiendo la ubicación, en este sentido Guaranda es una ciudad con un costo de vida medio – bajo a referencia de otras ciudades cabeceras de provincia como Quito o Cuenca, esto influye directamente en la capacidad que tienen de pagar por un producto, en este sentido el mercado local maneja precios similares a estos por lo cual se debe manejar con un precio competitivo para el mercado.

12. ¿Con que frecuencia consumiría los siguientes platos? (seleccione solo una frecuencia por producto)

Tabla 4-14: Preferencia de frecuencia de consumo del bolón

BOLÓN			
FRECUENCIA DE CONSUMO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
1-2 x semana	344	94%	94%
2-4 x semana	17	5%	99%
+ 4 veces	3	1%	99%
TOTAL	364	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

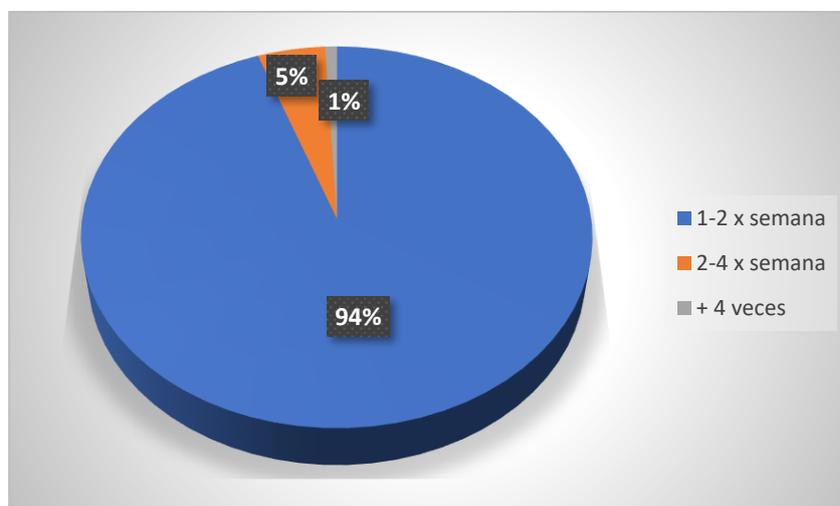


Ilustración 4-14: Frecuencia de consumo del bolón

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Tabla 4-15: Preferencia de frecuencia de consumo del tigrillo

TIGRILLO			
FRECUENCIA DE CONSUMO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
1-2 x semana	332	91%	91%
2-4 x semana	29	8%	99%
+ 4 veces	5	1%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

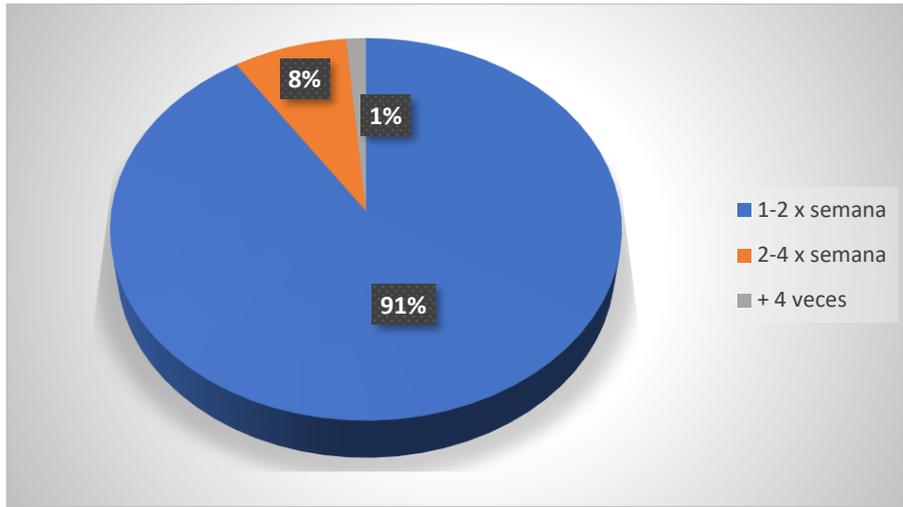


Ilustración 4-15: Frecuencia de consumo del tigrillo

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Tabla 4-16: Preferencia de frecuencia de consumo del majado

MAJADO			
FRECUENCIA DE CONSUMO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA	ACUMULADA
1-2 x semana	327	89%	89%
2-4 x semana	22	6%	95%
+ 4 veces	17	5%	100%
TOTAL	366	100%	

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

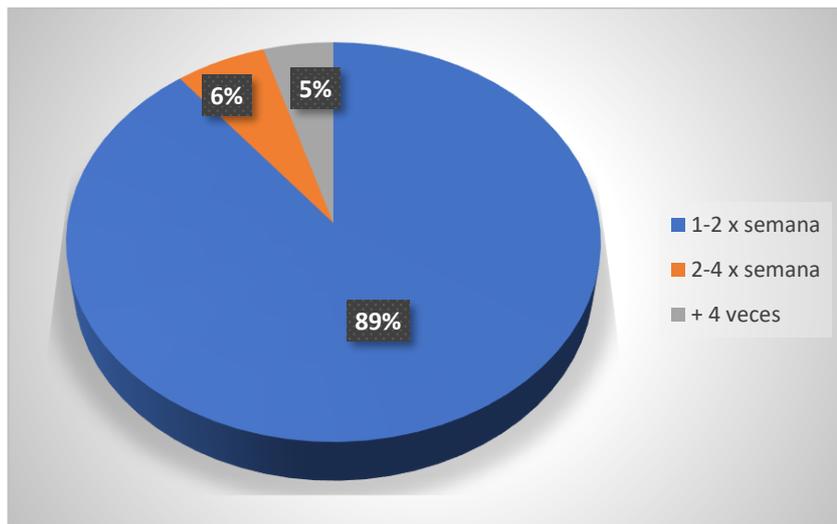


Ilustración 4-16: Frecuencia de consumo del majado

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

Análisis

La última pregunta indica que el nivel de consumo que las personas llegaría a tener en un lugar que ofrezca comida a base del plátano verde en relación a los productos principales que son bolón, tigrillo y majado entre un 89% y 94% considera que consumiría estos productos de 1 a 2 veces por semana, y entre un 5% y 8% expresan que lo harían de 2 a 4 veces por semana.

Interpretación

El nivel de consumo varía de acuerdo con los gustos y necesidades de los consumidores, en un sector en el que se maneja una misma gama de platillo similares, un menú diferente influye en las decisiones de los consumidores a la hora de escoger un lugar para su alimentación, esto puede llegar a impulsar el nivel de ventas que se puede llegar a tener.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO



Ilustración 5-1: Propuesta

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

5.1. Estudio de Mercado

5.1.1. *Producto*

Dentro de la amplia elaboración de platillos de comida elaborados en base al plátano verde, ellos productos a ofrecerse están basados en el nivel de popularidad y de acogida que tiene el mercado general, estos son, bolones, tigrillo, y majado.



Ilustración 5-2: Bolón de plátano verde

Fuente: Google Imágenes, 2023.

El bolón es un plato típico de la zona costa en Ecuador, que consiste un preparado del plátano verde con otros ingredientes complementarios; existe una variación de combinaciones generalmente consumidas, entre estos tenemos bolones con queso, bolones de chicharrón, bolones manizados, y bolones mixtos que vienen a ser una mezcla de los mencionados anteriormente.



Ilustración 5-3: Tigrillo de plátano verde

Fuente: Google imágenes, 2023.

El tigrillo elaborado a base del plátano verde es un platillo oriundo de la costa ecuatoriana, está constituido por plátano verde triturado y mezclado con huevo y queso que generalmente se o sirve con estofado de pollo o bistec de carne y mantiene una consistencia jugosa.



Ilustración 5-4: Majado de plátano verde

Fuente: Google imágenes, 2023.

El majado de plátano verde es un plato ecuatoriano, tradicionalmente más consumido en la región costa de Ecuador, está preparado en base a plátano verde aplastado y asado en la plancha, se lo sirve principalmente con queso y con huevo.

5.1.2. Análisis de la Oferta

Luego de observar los resultados obtenidos dentro de la encuesta realizada, en referencia a la oferta existente, los estudiantes señalan en su mayoría que tienen conocimiento que alrededor de la Universidad estatal de Bolívar existen de 3 lugares que ofrecen estos productos, por observación directa realizado en el sector, cabe recalcar que no son lugares que exclusivamente se dedican a la elaboración de platos a base de plátano verde; sino que forman parte de un amplio menú con comida típica de la sierra, esto quiere decir que este tipo de platos no figuran como platillos principales, cabe señalar que existen alrededor de 8 locales que ofertan comida rápida, de manera directa se realizaron preguntas acerca del número de ventas diarias a algunos de los dueños de estos lugares y manifestaron que el rango de productos que ofertaban entre todos es de 75 a 100 diarios, proyectándolos al mes son una cantidad de 3000 estudiantes al mes. En base a estos datos se realiza la proyección de la oferta en base al porcentaje de crecimiento poblacional del 1.56% según datos de Countymeters.

Tabla 5-1: Proyección de la oferta

Proyección de la oferta		
N°	Año	Oferta
0	1	3000
1	2	3047
2	3	3094
3	4	3143
4	5	3192
5	6	3241

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

5.1.3. Análisis de la demanda actual y proyectada

Dentro de la Universidad Estatal de Bolívar se tiene un total de alumnos matriculados y, dentro , de la encuesta realizada en base a la muestra en la pregunta 8 se tiene que al 88% de estudiantes les gustaría que se aperture un restaurante que elabore platos a base del plátano verde, si traspasamos estos resultados a la población total tenemos que 7029 estudiantes llegarían a ser consumidores y clientes potenciales; considerando que el porcentaje de crecimiento poblacional según datos de Countrymeters es de 1.56% tenemos la siguiente proyección anual.

Tabla 5-2: Proyección de la demanda

Proyección de la demanda			
N°	Año	Consumidores	Demanda Potencial
0	1	7029	7029
1	2	7139	7139
2	3	7250	7250
3	4	7363	7363
4	5	7478	7478
5	6	7595	7595

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

5.1.4. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se calcula tomando en cuenta utilizando la formula Demanda – Oferta, en este contexto mediante los datos obtenidos en los anteriores títulos se tiene que la oferta presente es de 3000 productos y servicios de alimentación, mientras que la demanda la constituyen 7029 estudiantes, esto nos deja como resultado una demanda insatisfecha de 4029 estudiantes, para las proyecciones de la demanda insatisfecha también se toma en cuenta el crecimiento poblacional anual que es del 1.56% que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 5-3: Proyección de la demanda insatisfecha

Proyección de la demanda insatisfecha				
N°	Año	Demanda Potencial		
		Bolón	Tigrillo	Majado
0	1	4029	4029	4029
1	2	4092	4092	4092
2	3	4156	4156	4156
3	4	4221	4221	4221
4	5	4286	4286	4286
5	6	4353	4353	4353

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

5.1.5. Precio

El precio se establecerá basándonos en el costo promedio de la competencia de los demás locales de comida existentes en el sector universitario que van de 2 a 3 dólares y tomando en cuenta las preferencias de los consumidores de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, en la

pregunta 11 se plantea un margen de precios en los cuales para los tres platillos principales que son el bolón, tigrillo y majado, en su mayoría el precio al cual se inclinaban iba entre \$1,50 a \$2,50 ; de manera estandarizada para estos tres productos se plantea un precio de \$2,50, esto nos permitirá manejar un precio atractivo para el consumidor y competitivo con la competencia. El incremento del precio en la proyección anual se la establece en base al porcentaje de inflación anual, según datos del INEC el porcentaje anual de inflación está en el 3, 64%, es así que la proyección de precios se plantea de la siguiente forma:

Tabla 5-4: Proyección del precio

N°	Año	Proyección de precios		
		Bolón	Tigrillo	Majado
0	1	2,50	2,50	2,50
1	2	2,50	2,50	2,50
2	3	2,54	2,54	2,54
3	4	2,58	2,58	2,58
4	5	2,62	2,62	2,62
5	6	2,66	2,66	2,66

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

5.1.6. *Canales de Distribución*

Dentro de los canales de distribución que se plantea utilizar son el canal directo, que refiere a una forma tradicional de hacerle llegar al cliente el producto, en este sentido el cliente deberá acercarse al local y adquirir el producto deseado directamente con el productor, a continuación, se indica una representación gráfica del canal de distribución directa.

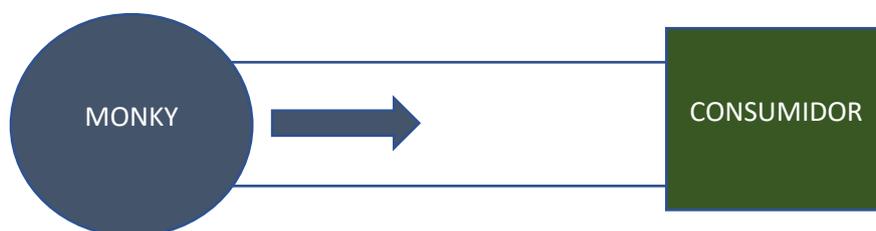


Ilustración 5-5: Representación de forma de distribución

Realizado por: Rea, Jordan, 2023.

5.2. Estudio Técnico

5.2.1. Localización

5.2.1.1. Macro localización

Dentro de la macro localización del sector universitario está ubicado en Ecuador en la Provincia de Bolívar, dentro del cantón Guaranda.

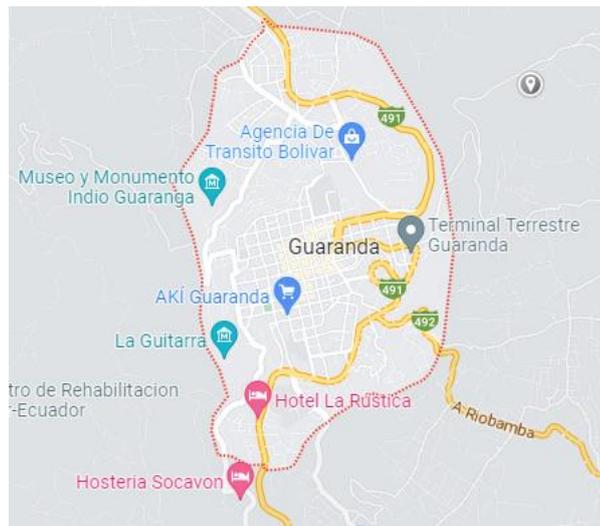


Ilustración 5-6: Macro localización

Fuente: Google Maps, 2023.

5.2.1.2. Micro localización

Dentro de la ubicación seleccionada para la apertura de una sucursal, en base a los resultados obtenidos de la pregunta 9 de la encuesta, una opción viable a nivel micro es el sector universitario de la ciudad de Guaranda, más concretamente a los alrededores de la Universidad Estatal de Bolívar, las calles principales que constituyen el sector son: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira. Arguello a continuación de detalla con una imagen la micro localización:



Ilustración 5-7: Micro localización

Fuente: Google Maps, 2023.

5.2.2. Distribución en planta

El espacio físico en el que se desarrollara las actividades de la empresa son las siguientes:

- Área de producción (cocina) 8 m²
- Área de servicio (comedor) 25 m²
- Bodega 2 m²
- Baño 2 m²

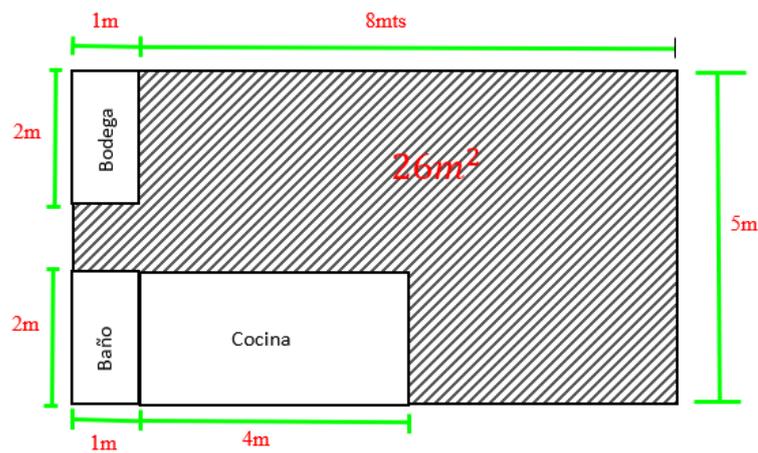


Ilustración 5-8: Distribución de planta

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.2.3. Maquinaria y equipo

El objetivo de este proyecto es ofrecer una solución acerca de instalación y funcionamiento del proyecto, señalando la maquinaria y equipo necesarios, así como el proceso productivo.

5.2.3.1. Maquinaria

Dentro del proceso de producción se utilizará la siguiente maquinaria:



Ilustración 5-9: Trituradora de alimento

Fuente: Mercado libre, 2023.

- Marca: TEKA
- Modelo: TR510.1
- Potencia de motor: 0,5 HP



Ilustración 5-10: Cafetera

Fuente: Mercado libre, 2023.

- Marca: Hamilton Beach
- Modelo: 40792
- Voltaje: 110V



Ilustración 5-11: Licuadora

Fuente: Mercado libre, 2023.

- Marca: Oster
- Potencia: 700W



Ilustración 5-12: Microondas

Fuente: Mercado libre, 2023.

- Marca: Samsung
- Capacidad en volumen: 32l

5.2.3.2. Equipo

EL equipo utilizado para la elaboración de los diferentes productos es:



Ilustración 5-13: Cocina industrial

Fuente: Mercado libre, 2023.

- Especificaciones: 1 freidora, 2 quemadores, 1 plancha
- Material: Acero inoxidable y aluminio galvanizado



Ilustración 5-14: Campana extractora de humo

Fuente: Mercado libre, 2023.

- Marca: Dimetal
- Función: Extracción de humo y olores

- Especificaciones: 2 metros de largo x 1, 30 de ancho, material de aluminio galvanizado, ventilador eléctrico.

5.2.4. *Proceso productivos*

A continuación, se detallan cada uno de los procesos productivos realizados para obtener cada uno de los platos a base del plátano verde que se plantean ofrecer:

5.2.4.1. *Proceso de producción del bolón*

- Pelar un plátano verde
- Cortar el plátano en rodajas de aproximadamente 3 centímetros
- Freír el plátano en aceite hirviendo a llama moderada hasta logra una cocción parcial
- Sacar el plátano y aplastarlo
- Freírlo hasta que quede crocante
- Sacar el plátano y tritararlo en la máquina trituradora
- Amasarlo con mantequilla y darle forma junto con los demás ingredientes (queso, chicharrón, o maní)
- Emplatar todo y servir



Ilustración 5-15: Flujograma de proceso del bolón

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.2.4.2. Proceso de producción del tigrillo

- Pelar un plátano verde
- Cortar el plátano en rodajas de aproximadamente 3 centímetros
- Freír el plátano en aceite hirviendo a llama moderada hasta logra una cocción parcial
- Sacar el plátano y aplastarlo
- Freírlo hasta que quede crocante
- Sacar el plátano y tritararlo en la máquina trituradora
- Servir junto con estofado de pollo o carne, queso y huevo
- Emplatar todo y servir



Ilustración 5-16: Flujograma de proceso del tigrillo

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.2.4.3. Proceso de producción del majado

- Pelar un plátano verde
- Cortar el plátano en rodajas de aproximadamente 3 centímetros
- Freír el plátano en aceite hirviendo a llama moderada hasta logra una cocción parcial
- Sacar el plátano y aplastarlo
- Freírlo hasta que quede crocante
- Sacar el plátano y tritararlo en la máquina trituradora
- Amasar y mezclar con queso y huevo
- Emplatar todo y servir



Ilustración 5-17: Flujograma de proceso del majado

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.3. Estudio Administrativo

5.3.1. Clasificación de la Empresa

Giro: “Monky” es una empresa dedicada al ofrecimiento del servicio de alimentación a través de la preparación de platos de comida elaborada con plátano verde.

Ubicación: “Monky” está ubicada en la ciudad de Quito en las calles Av. Gran Colombia y Telmo Paz y Mino.

Tamaño de la empresa: “Monky” es una empresa que se categoriza en dentro de las PYMES.

5.3.2. Misión y visión de la empresa

Misión

Ser una empresa líder en la atención al cliente, con calidad en la preparación de platos elaborados en base al plátano verde, buscando satisfacer las necesidades alimenticias de nuestros clientes con la mejor atención posible.

Visión

Llegar a ser una empresa de servicio alimenticia reconocida tanto a nivel local como nacional, a través de un crecimiento constante en diferentes ubicaciones estratégicas que permitan proyectarnos a un mercado internacional al 2033.

5.3.3. Valores corporativos



Ilustración 5-18: Valores corporativos

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.3.4. Niveles jerárquicos

5.3.4.1. Nivel Ejecutivo

El nivel ejecutivo se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades, al personal, los objetivos y la compra de insumos para la elaboración de los platos del distinto menú.

5.3.4.2. Nivel Operativo

El nivel operativo se encarga de la ejecución de lo planificado por el nivel administrativo, se rige en base a las políticas internas que se mantengan y se encargan de la atención, limpieza y preparación de los alimentos.

5.3.4.3. Organigrama

Los organigramas son una representación gráfica de la estructura organizacional que la empresa posee, de tal modo que se pueda visualizar la jerarquización de los puestos, los cargos y el personal quien los ostenta, así como las relaciones de autoridad y responsabilidad existentes.

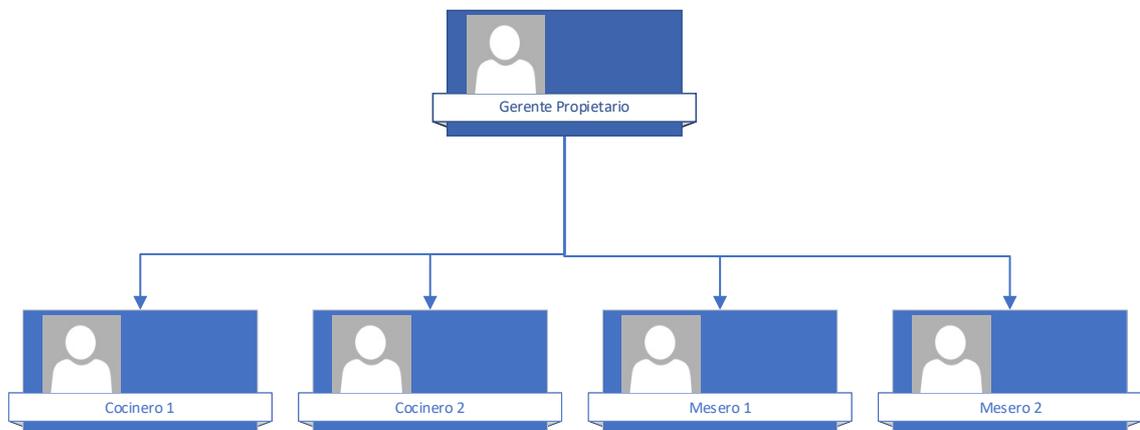


Ilustración 5-19: Organigrama estructural

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.3.5. Manual de funciones

Según (león y Jiménez, 2015; citado en Elizalde, 2022, p. 67) el manual de funciones es:

Cada uno de los perfiles de cada puesto de trabajo de la organización, enumerando la asociación adecuada a través de la descripción de los objetivos, autoridad y obligaciones de los distintos cargos que componen su diseño.

Tabla 5-5: Manual de funciones del Gerente Propietario

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO	Gerente Propietario
DEPENDE DE	N/A
SUPERVISA A	Cocineros y Meseros
NATURALEZA DEL PUESTO	Planificación, organización, control y seguimiento de las actividades de la empresa.
FUNCIONES	<p>Planificar las actividades generales de la empresa.</p> <p>Dar instrucciones al personal.</p> <p>Responsabilizarse de los trámites administrativos y legales.</p> <p>Supervisar el desempeño de los empleados.</p> <p>Tomar decisiones en torno a la empresa.</p> <p>Comunicar las políticas a los trabajadores.</p> <p>Motivar al personal.</p> <p>Dotar al personal de los implementos necesarios para que desarrollen sus funciones.</p>

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Tabla 5-6: Manual de funciones del Cocinero 1

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO	Cocinero 1
DEPENDE DE	Gerente Propietario
SUPERVISA A	Cocinero 2
NATURALEZA DEL PUESTO	Ejecuta las directrices señaladas por el Gerente Propietario y coordina actividades con los meseros.
FUNCIONES	<p>Cocinar los platillos del menú.</p> <p>Organizar el área de producción (cocina)</p> <p>Coordinar pedidos con los meseros</p> <p>Limpiar y asear el área de producción</p> <p>Informar de la necesidad de insumos y de materia prima.</p> <p>Cuidar la maquinaria de la empresa.</p>
REQUISITOS	
TÍTULO PROFESIONAL	Educación Básica
EXPERIENCIAS	2 años de experiencia en la cocina

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Tabla 5-7: Manual de funciones del Cocinero 2

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO	Cocinero 2
DEPENDE DE	Gerente Propietario
SUPERVISA A	N/A
NATURALEZA DEL PUESTO	Ejecuta las directrices señaladas por el Gerente Propietario y el cocinero 1.
FUNCIONES	<p>Cocinar los platillos del menú.</p> <p>Organizar el área de producción (cocina)</p> <p>Coordinar pedidos con los meseros</p> <p>Coordinar pedidos con los meseros</p> <p>Limpiar y asear el área de producción</p> <p>Informar de la necesidad de insumos y de materia prima.</p> <p>Cuidar la maquinaria de la empresa.</p>
REQUISITOS	
TÍTULO PROFESIONAL	Educación Básica
EXPERIENCIAS	1 años de experiencia en la cocina

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Tabla 5-8: Manual de funciones del mesero 1

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO	Mesero 1
DEPENDE DE	Gerente Propietario
SUPERVISA A	N/A
NATURALEZA DEL PUESTO	Ejecuta las directrices señaladas por el Gerente Propietario y los cocineros
FUNCIONES	<p>Recibir a los clientes.</p> <p>Tomar las órdenes de los clientes.</p> <p>Comunicar las órdenes a los cocineros.</p> <p>Servir los pedidos de los clientes.</p> <p>Informar de la cuenta a los clientes.</p> <p>Levantar las mesas</p> <p>Limpiar el área del comedor.</p> <p>Informar de las necesidades al Gerente Propietario.</p>
REQUISITOS	
TÍTULO PROFESIONAL	Educación Básica

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Tabla 5-9: Manual de funciones mesero 2

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL PUESTO	Mesero 2
DEPENDENCIA	Gerente Propietario
SUPERVISA A	N/A
NATURALEZA DEL PUESTO	Ejecuta las directrices señaladas por el Gerente Propietario y los cocineros
FUNCIONES	Recibir a los clientes. Tomar las ordenes de los clientes. Comunicar las órdenes a los cocineros. Servir los pedidos de los clientes. Informar de la cuenta a los clientes. Levantar las mesas Limpiar el área del comedor. Informar de las necesidades al Gerente Propietario.
REQUISITOS	
TÍTULO PROFESIONAL	Educación Básica

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.4. Estudio Económico Financiero

La importancia de un estudio económico financiero radica en la necesidad de saber si un proyecto puede llegar a ser factible, rentable y viable; para (Elizalde, 2022):

El estudio financiero consiste en la cuantificación monetaria de los recursos económicos necesarios para que la empresa productora de harina, entre en operaciones, para ello se debe determinar los requerimientos en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, recursos que permitirán adquirir los bienes de larga duración, la infraestructura, materiales de producción, y demás costos y gastos relacionados a la naturaleza de la empresa. (p. 73)

5.4.1. Inversión y financiamiento

En cualquier proyecto es necesario realizar una inversión económica para poner en marcha y plasmar la idea que se tiene, para esto se debe prever los montos requeridos ya sean propios u obtenidos a través de entidades financieras. La inversión se destinará a los siguientes elementos:

- Activos fijos
- Capital de Trabajo

Tabla 5-10: Requerimientos para el proyecto

Requerimientos		
1	Talento humano	Sueldos
2	Activos fijos	Bienes muebles
		Bienes inmuebles

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Tabla 5-11: Inversión inicial

Inversión				
a. Construcción y edificación	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Terreno	220	m2	\$ 150,00	\$ 33.000,00
Construcción del local	45	m2	\$ 300,00	\$ 13.500,00
Adecuaciones	45	m2	\$ 150,00	\$ 6.750,00
Total, Bienes Inmuebles				\$ 53.250,00

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

En la tabla podemos observar el costo que tendrá la inversión inicial desde la creación de la infraestructura, que tiene un valor de \$53.250,00 dólares, los valores que se incluyen son los del terreno, construcción del local y adecuaciones para el funcionamiento como restaurante.

Tabla 5-12: Activos fijos, materias primas y costos de funcionamiento

Activos fijos de Bienes Muebles				
a. Muebles y enseres	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesas	10	Unidad	\$ 75,00	\$ 750,00
Sillas	40	Unidad	\$ 35,00	\$ 1.400,00
Basurero	3	Unidad	\$ 14,00	\$ 42,00
Muebles de cocina	2	Unidad	\$ 350,00	\$ 700,00
Recibidor	1	Unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Vajilla	3	juegos	\$ 250,00	\$ 750,00
Cubiertos	40	juegos	\$ 25,00	\$ 1.000,00
Vasos	40	vasos	\$ 3,00	\$ 120,00
Ollas	10	unidades	\$ 25,00	\$ 250,00
Recipientes plásticos	15	unidades	\$ 8,00	\$ 120,00
b. Maquinaria y equipos				
Trituradora de alimentos	1	Unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Cafetera	1	Unidad	\$ 250,00	\$ 250,00
Refrigerador	1	Unidad	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Licuadaora	2	Unidad	\$ 145,00	\$ 290,00
Microondas	1	Unidad	\$ 130,00	\$ 130,00
Cocina industrial	1	Unidad	\$ 220,00	\$ 220,00
Campana extractora	1	Unidad	\$ 550,00	\$ 550,00

Total, Bienes Muebles				\$ 8.672,00
Materias primas e insumos				
Plátano verde	20	racimas	\$ 5,00	\$ 100,00
Queso	25	libras	\$ 1,50	\$ 37,50
Chicharrón	10	libras	\$ 1,00	\$ 10,00
Huevos	10	cubetas	\$ 3,75	\$ 37,50
Maní	5	libras	\$ 1,50	\$ 7,50
Mantequilla	1	galón	\$ 25,00	\$ 25,00
Cebolla perla	10	libras	\$ 1,00	\$ 10,00
Cebolla blanca	2	atados	\$ 1,50	\$ 3,00
Pimientos	5	kg	\$ 2,00	\$ 10,00
Pollo	5	unidades	\$ 7,00	\$ 35,00
Carne	10	libras	\$ 2,50	\$ 25,00
Leche	10	litros	\$ 0,95	\$ 9,50
Aceite	2	canecas	\$ 45,00	\$ 90,00
Achiote	1	litro	\$ 5,00	\$ 5,00
Total				\$ 405,00
Proyección mensualizada				\$ 1.620,00
Proyección anualizada				\$ 19.440,00
Permiso de Funcionamiento				
Permiso de funcionamiento otorgado por los bomberos	1	permiso	\$ 25,00	\$ 25,00
Permiso ambiental	1	permiso	\$ 30,00	\$ 30,00
Permiso de uso del suelo	1	permiso	\$ 40,00	\$ 40,00
Patente municipal de funcionamiento	1	permiso	\$ 30,00	\$ 30,00
Total				\$ 125,00

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

En la tabla anterior podemos observar todo los activos fijos, materia prima e insumos y los permisos para el funcionamiento de la sucursal, todo estos tienen un valor total de \$28.280,00, este valor incluye activos fijos, materia prima e insumos y permisos de funcionamiento.

Las depreciaciones constituyen la pérdida de valor derivada del uso y desgaste, a través del tiempo, misma que es afectada en su vida útil dictaminada por la norma, en la tabla se obtiene que en los siguientes 5 años el valor del salvamento mantiene una cantidad de \$4.336, 00.

Tabla 5-13: Depreciaciones

Denominación	Valor del Bien	Depreciación por ley	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor de salvamento
Muebles y enseres	\$ 5.632,00	10	\$ 563,20	\$ 563,20	\$ 563,20	\$ 563,20	\$ 563,20	\$ 2.816,00
Maquinaria y equipos	\$ 3.040,00	10	\$304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 1.520,00
Construcción y edificación	\$ 53.250,00	N/A	0	0	0	0	0	0
Total	\$ 61.922,00		\$ 867,20	\$ 4.336,00				

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Tabla 5-14: Talento humano

Talento Humano				
Denominación	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Gerente Propietario	1	Unidad	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Cocinero	2	Unidad	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Mesero	2	Unidad	\$ 425,00	\$ 850,00
Total				\$ 3.550,00

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Tabla 5-15: Gastos

Gastos				
a. Servicios Básicos	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Agua	1	mes	\$ 5,00	\$ 5,00
Luz	1	mes	\$ 8,00	\$ 8,00
Internet	1	mes	\$ 30,00	\$ 30,00
Total				\$ 43,00

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Tabla 5-16: Costos de producción

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2023	2024	2025	2026	2027
Costo de producción	\$ 35.556,00	\$ 37.092,23	\$ 38.701,61	\$ 40.387,90	\$ 42.155,10
Mano de obra directa	\$ 15.600,00	\$ 16.517,59	\$ 17.489,16	\$ 18.517,87	\$ 19.607,09
Materias primas/ materiales e insumos	\$ 19.440,00	\$ 20.042,64	\$ 20.663,96	\$ 21.304,54	\$ 21.964,99

Servicios básicos	\$ 516,00	\$ 532,00	\$ 548,49	\$ 565,49	\$ 583,02
Gastos administrativos	\$ 17.792,20	\$ 18.780,38	\$ 19.826,68	\$ 20.934,52	\$ 22.107,53
Sueldos y salarios	\$ 16.800,00	\$ 17.788,18	\$ 18.834,48	\$ 19.942,32	\$ 21.115,33
Permisos	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00
Depreciaciones	\$ 867,20	\$ 867,20	\$ 867,20	\$ 867,20	\$ 867,20
Total	\$ 53.348,20	\$ 55.872,60	\$ 58.528,28	\$ 61.322,43	\$ 64.262,62

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

La tabla anterior indica los costos y gastos y su estructura de manera anual, entre los cuales se destacan los costos de producción (mano de obra directa, materia prima directa, materiales e insumos, servicios básicos) además de los gastos referentes del marco administrativo (sueldos y salarios, permisos y las depreciaciones), con una proyección estándar a 5 años.

Tabla 5-17: Producción anual del bolón

Producción															
Denominación	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	2023			2024			2025			2026			2027		
	Bolón	Tigrillo	Majado												
Precio	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Platos	19339	19339	19339	19642	19642	19642	19949	19949	19949	20261	20261	20261	20573	20573	20573
Total	\$ 48.348,00	\$ 48.347,50	\$ 48.347,50	\$ 49.104,00	\$ 49.105,00	\$ 49.105,00	\$ 49.872,00	\$ 49.872,00	\$ 49.872,00	\$ 50.652,00	\$ 50.652,00	\$ 50.652,00	\$ 51.432,00	\$ 51.432,00	\$ 51.432,00

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

En la tabla anterior se proyectó la producción anual en la que la sucursal incurrirá, tomando en cuenta el 10% de la demanda insatisfecha y considerando la frecuencia de consumo detallada en la pregunta 12, en la que existe una media de consumo de 1 vez por semana de los productos: bolón, tigrillo y majado, pese a que la proyección de los precios de acuerdo a la inflación arrojaban diferentes cifras, se consideró la preferencia del consumidor y a modo de estrategia se tomó en cuenta el precio de \$2,50, puesto el aumento en el precio podría afectar la frecuencia de consumo.

Tabla 5-18: Ingresos totales

Ingresos					
Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2023	2024	2025	2026	2027
	\$145.043,00	\$147.314,00	\$149.616,00	\$151.956,00	\$154.296,00

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

Los ingresos reflejan la cantidad total de dinero generado luego de realizadas las actividades del giro del negocio al cabo de un año, en la tabla anterior se presenta la proyección de los futuros ingresos.

Tabla 5-19: Estado de resultados

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	\$ 145.043,00	\$ 147.314,00	\$ 149.616,00	\$ 151.956,00	\$ 154.296,00
Costos de producción	\$ 35.556,00	\$ 37.092,23	\$ 38.701,61	\$ 40.387,90	\$ 42.155,10
Utilidad Bruta	\$ 109.487,00	\$ 110.221,77	\$ 110.914,39	\$ 111.568,10	\$ 112.140,90
Gastos Administrativos	\$ 17.792,20	\$ 18.780,38	\$ 19.826,68	\$ 20.934,52	\$ 22.107,53
Utilidad Operativa	\$ 91.694,80	\$ 91.441,40	\$ 91.087,72	\$ 90.633,57	\$ 90.033,38
Utilidad Antes de Impuestos y Repartición de beneficios	\$ 91.694,80	\$ 91.441,40	\$ 91.087,72	\$ 90.633,57	\$ 90.033,38
Impuesto	\$ 22.923,70	\$ 22.860,35	\$ 22.771,93	\$ 22.658,39	\$ 22.508,34
Utilidad antes de Repartición de utilidades	\$ 68.771,10	\$ 68.581,05	\$ 68.315,79	\$ 67.975,18	\$ 67.525,03
Repartición de utilidades	\$ 10.315,67	\$ 10.287,16	\$ 10.247,37	\$ 10.196,28	\$ 10.128,75
Utilidad Neta	\$ 58.455,44	\$ 58.293,89	\$ 58.068,42	\$ 57.778,90	\$ 57.396,28

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

La tabla indica el estado de resultados que se obtiene luego de que la empresa ha establecido sus ventas anuales y de igual manera el costo de producción anual de los productos en cuenta también los gastos y los impuestos junto con el porcentaje proporcional a la repartición de utilidades.

Tabla 5-20: Flujo de caja

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversiones	\$53.250,00				
Valor del salvamento					\$4.336,00
Capital de trabajo					\$3.550,00
Utilidad neta	\$ 58.455,44	\$ 58.293,89	\$ 58.068,42	\$ 57.778,90	\$ 57.396,28
Depreciaciones		\$ 867,20	\$ 867,20	\$ 867,20	\$ 867,20
Flujo de Caja	\$-53.250,00	\$57.426,69	\$57.201,22	\$56.911,70	\$64.415,08

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

En la tabla se propone os valores del flujo de caja proyectados a fin de tener en cuenta las entradas y salidas de dinero del restaurante en cuestión

Tabla 5-21: Indicadores financieros

PRC	En el primer año
RBC	2,05
VAN	\$127.776,48
TIR	102%

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.4.2. PCR (Periodo de Recuperación del Capital)

El periodo de recuperación es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación. Según (Salinas, 2015; citado en Elizalde, 2021, p. 85) es un indicador que mide la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos a corto plazo.

Una vez realizado el estudio económico se deduce que el periodo de recuperación es de un año, esto quiere decir que en el transcurso de un año se podrá recuperar la inversión realizada para la puesta en marcha de la sucursal.

5.4.3. RBC (Relación Costo Beneficio)

El análisis del costo/beneficio es un proceso que de manera general se refiere a la evaluación de un determinado proyecto, de un esquema para tomar decisiones de cualquier tipo. Ello

involucra, de manera explícita o implícita determinar el total de costos y beneficios de todas las alternativas para seleccionar la más rentable (...) esta se relaciona de manera directa con la teoría de la decisión que pretende determinar la conveniencia de un proyecto. (Aguilera, 2017, par. 36)

En este sentido para el proyecto planteado la relación costo beneficio marca un indicador de 2,05 que según la teoría es un resultado favorable ya que este es superior a 1, dándonos a entender que el proyecto es rentable.

5.4.4. VAN (*Valor Actual Neto*)

El valor actual neto de un proyecto es el valor actual presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos a la diferencia entre los ingresos y los egresos periódicos. (Mete, 2014, par. 11)

En este contexto el valor actual neto que se obtuvo de las operaciones realizadas tomando en cuenta los flujos de efectivo es de \$127.776,48, siendo este un resultado muy prometedor pues el resultado resulta positivo y diferente de cero indicando la viabilidad del proyecto.

5.4.5. TIR (*Tasa Interna de Retorno*)

Este indicador financiero por otro lado es un criterio utilizado para la toma de decisiones sobre proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. (Mete, 2014, par. 21) Mediante los datos obtenidos a través del cálculo de la TIR se tiene que este mantiene un margen porcentual del 102%, este dato al ser mayor de cero indica que el proyecto es viable.

Una vez analizado los indicadores financieros podemos entender que el proyecto se encamina de manera que su puesta en marcha resulta, factible, viable y rentable; dándonos una idea del potencial que mantiene.

5.5. Evaluación Social

Creación de empleo: Este factor se refiere a la generación de plazas de empleo que se originan de la puesta en marcha del proyecto; recordemos que el sector en el que se pretende establecer la sucursal es un lugar con dominio estudiantil, el presente proyecto pretende brindar oportunidades de superación tanto a estudiantes como a personas que buscan empleo, es por ello que existen

puestos designados que en sus requisitos no limitan la participación de personas con un nivel académico bajo, generando un impacto compatible con la producción de empleo.

Los beneficiarios de este proyecto son todos aquellos que participan directa o indirectamente del mantenimiento de los mismos entre ellos tenemos:

- **Productor:** Quienes se encargan de producir la materia prima utilizada para los platos a ofertarse.
- **Intermediarios:** Quienes comercializan dicha materia prima.
- **Trabajadores:** Quienes elaboran los platos a ofertarse y brindan el servicio de atención en alimentación.
- **Consumidores:** Quienes consumen los productos para satisfacer sus necesidades alimentarias.

Los resultados esperados son los de satisfacer las necesidades de los consumidores a través de la oferta de un producto diferenciado a los de la competencia, brindando un abanico de elecciones para el consumidor. La ejecución del proyecto pretende inicializar un proceso de expansión que permita abarcar un mayor mercado, de tal forma que pueda generar con el tiempo mayores oportunidades laborales para la sociedad.

Una vez constituido el proyecto se contará con la participación de un personal de 5 miembros esto en base a que es una empresa que se enmarca en las PYMES además de forma indirecta se contará con los productores e intermediarios.

Tabla 5-22: Beneficiarios

Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos
5 colaboradores directos: Gerente propietario Cocinero 1 Cocinero 2 Mesero 1 Mesero 2	Familias de los colaboradores directos Productores de la materia prima Intermediarios Clientes

Realizado por: Rea Jordan, 2023.

5.6. Evaluación Ambiental

Dentro de la evaluación ambiental se establecen dos fases que generan un impacto ambiental relativamente importante, la de la construcción y la de producción.

5.6.1. Construcción

En este apartado se estudian las posibles acciones que durante la fase de construcción del proyecto serán llevadas a cabo. En este caso en específico se identifican tres acciones influyentes derivadas de la construcción.

- **Movimiento de tierras:** esta acción representa el impacto ambiental que se genera por la pérdida de suelo a causa de la construcción sustituyéndose material natural, por otro artificial.
- **Movimiento de vehículos:** para la construcción se necesita de maquinaria y traslado de materiales, esto provoca indirectamente una contaminación proveniente de los vehículos y maquinarias utilizadas para la construcción, dentro de esta acción encontramos contaminación de ruido y de smoke.
- **Construcción:** el mismo proceso de construcción genera desechos y contaminación proveniente de la basura y residuos que tardan cientos de años en descomponerse.

5.6.2. Producción

Por otro lado, tenemos la fase de producción, está ya tiene que ver directamente con los residuos y contaminación que genera el propio giro del negocio. En este apartado encontramos:

- **Consumo de agua:** el agua es un elemento escaso hoy en día, continuamente con el calentamiento global y con los crecientes problemas medioambientales, vamos perdiendo poco a poco las fuentes generadoras de agua dulce, en cualquier negocio que tiene que ver con el sector alimenticio, se manejan grandes cantidades de agua para mantener un nivel de asepsia aceptable, esto genera un impacto ambiental en el gasto por consumo.
- **Consumo de electricidad:** El consumo de electricidad por otro lado, aunque en este tipo de negocio mantiene un impacto menor al del agua, también forma parte de las acciones que generan impacto ambiental, el consumo de electricidad está directamente vinculado con la generación de gases de efecto invernadero lo cual influye en la temperatura de la atmosfera y en la denominada lluvia acida, que son fenómenos que afectan a los seres vivos.
- **Generación de residuos orgánicos e inorgánicos:** uno de los problemas más grandes a los que se enfrenta el hombre es la generación de residuos, a manera que la población aumenta, los residuos provenientes del consumo masivo de productos que en su mayoría son de materiales no biodegradables nos vemos enfrascados en una generación constante de desechos a tal punto de que estos afectan a los seres vivos, alterando el ecosistema.

5.6.3. Minimización del Impacto ambiental

En su totalidad en cualquier proyecto que se pretenda llevar a cabo es imposible mitigar completamente los efectos de impacto ambiental, propios de la puesta en marcha del proyecto, pero sin embargo existen formas de disminuir el impacto que este puede generar, de este modo se estaría manteniendo una conciencia y responsabilidad ambiental generadora de una cultura de respeto hacia el medio ambiente.

5.6.3.1. Construcción

- **Movimientos de tierras:** Dentro del desplazamiento de tierras lo que se puede hacer para evitar la pérdida total del área ambiental es, mantener un área verde razonable dentro de la construcción, además de promover la plantación de árboles en otras áreas permitidas para ello, de este modo aportamos al medio ambiente por la pérdida de un área verde, pero reponemos dicha pérdida en otro espacio.
- **Movimiento de vehículos:** Para esta acción generadora de contaminación se pretende planificar las rutas que permitan un menor traslado de los vehículos hacia el lugar de construcción, además de contratar únicamente la maquinaria necesaria evitando excesos que generen mayor contaminación de la necesaria.
- **Construcción:** La solución que busca minimizar la contaminación ambiental para esta acción es un trato adecuado de los residuos generados, a través de la técnica de las 4 R (reduce, reúsa, recicla y recupera).

5.6.3.2. Producción

- **Consumo de agua:** Para esta acción la mejor forma de minimizar el impacto ambiental es evitar el desperdicio de agua, a través del uso consciente del agua y adecuaciones referentes a tuberías e infraestructura que evite el desperdicio de agua
- **Consumo de electricidad:** En referencia a esta acción lo que se puede hacer es evitar el desperdicio, el exceso y el abuso del consumo de electricidad, a través del uso consciente de electricidad y también sustituyendo esta energía por otras alternativas que provean electricidad, como la energía solar.
- **Generación de residuos orgánicos e inorgánicos:** Al igual que los residuos generados por la construcción se pretende para los residuos inorgánicos, efectuar un manejo responsable de los residuos a través de las 4 R además de la utilización de materiales biodegradables y amigables con el medioambiente, con respecto a los residuos orgánicos, se conoce que en la

ciudad de Guaranda existe una gran cantidad de personas dedicadas al campo, en este sentido se pretende trabajar con miembros de la sociedad para que los residuos que se generan sirvan de alimento para los animales que lo consumen, así podremos disminuir el impacto ambiental generado por el giro del negocio.

CONCLUSIONES

El estudio bibliográfico permitió desarrollar las bases suficientes y razonables para la sustentación del proyecto de factibilidad, la fundamentación teórica y la comparativa con fuentes fidedignas de información, permiten mantener una línea de investigación centrada en el objetivo principal que versa sobre la formulación de un proyecto de factibilidad.

El estudio de mercado constituyó un factor importante y primordial para el desarrollo de los demás estudios necesarios para un proyecto de factibilidad, pese a que la investigación mantenía una población relativamente amplia se pudo abordar la muestra necesaria para determinar las tendencias de los consumidores, el nivel de oferta, el nivel de la demanda y la demanda insatisfecha que engloba a posibles consumidores de los productos.

Los estudios de mercado, técnico, administrativo y financieros permitieron abordar temas relativos a la toma de decisiones, en este contexto el estudio realizado indica que el proyecto es factible, viable y rentable en el tiempo, esto brinda un colchón de seguridad razonable para una futura inversión.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar comparaciones con otras tesis y trabajos de investigación que permitan generar contenido con temas similares al propuesto en esta investigación, el apalancamiento en contenido similar puede ayudar a elaborar un buen trabajo académico.

Aplicar los contenidos de otras fuentes de información de manera correcta, esto es a través de la adaptación de la información externa a los datos, resultados y objetivos planteados en la nueva investigación a desarrollar.

Se recomienda mantener esta investigación como una línea base que sirva de guía para futuras investigaciones en el mismo sector o ciudad, y se debe evitar suposiciones de datos originados de la creación de este contenido, puesto que los datos siempre son cambiantes, para esto se deben actualizar los datos con información actual de fuentes fidedignas.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Revista Scielo*. 11(2). Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022
- Alcaldía de Guaranda. (2022). *Datos importantes*. Recuperado de: [https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/datos-importantes/#:~:text=25.000%20habitantes%20aproximadamente%20\(zona%20urbana,a%20alrededor%20de%2065.000%20habitantes](https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/datos-importantes/#:~:text=25.000%20habitantes%20aproximadamente%20(zona%20urbana,a%20alrededor%20de%2065.000%20habitantes).
- Andía, W. (2011). Revista de la Facultad de la Ingeniería industrial. *La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública*. 67-72. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/307180574_La_demanda_insatisfecha_en_los_proyectos_de_inversion_publica
- Barahona, F. (2012). *Proyecto para la creación de un restaurante de comida típica serrana en el sector norte de Quito "barrio comité del pueblo" (Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador)*. Recuperado de: Repositorio Digital: Proyecto para la creación de un restaurante de comida típica serrana en el Sector Norte de Quito "Barrio Comité del Pueblo" (uce.edu.ec)
- Branding Employed. (2020). *El valor estratégico del organigrama de empresa: claves y modelos*. Recuperado de: <https://www.endalia.com/news/organigrama-empresa/>
- Campuzano, E. y Corral, T. (2017). *Análisis de Satisfacción en los Restaurantes de Gastronomía Italiana Full Service de Cumbayá utilizando la Metodología Dineserv*. (Tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito). Recuperado de: Repositorio Digital USFQ: Análisis de Satisfacción en los Restaurantes de Gastronomía Italiana Full-Service de Cumbayá utilizando la Metodología Dineserv
- Carrillo, E., Ramos, G. y Arteaga, G. (2020). Revista Polo del Conocimiento. *Determinación de la demanda*. 7(8). 809-822. Recuperado de: <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/4426>
- CEF, s/f. *Marketing en el siglo XX*. Recuperado de: <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Chávez, K. (2018). *Estudio de factibilidad de nueva sucursal de la Cooperativa de Ahorro y crédito Fernando Daquilema*. (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil). Recuperado de: Repositorio Universidad de Guayaquil: Estudio de factibilidad de nueva sucursal de la Cooperativa de ahorro y crédito Fernando Daquilema (ug.edu.ec)
- Contpaqui. (S/F). Manual de Referencia CONTPAQi® Comercial Start/Pro. Recuperado de: https://conocimiento.blob.core.windows.net/conocimiento/Manuales/CONTPAQi_Com

ercial_Start_Pro/ingresos_y_egresos.html#:~:text=Un%20egreso%20es%20la%20salida ,motivos%2C%20como%20realizar%20una%20inversi%C3%B3n.

- Echeverría, C. (2017). Revista publicando. *Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto*, 4(13). 172-188. Recuperado de: https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf_604
- Edraw. (2022) *¿Qué es un diagrama de flujo de procesos?*. Recuperado de: <https://www.edrawsoft.com/es/what-is-process-flow-diagram.html#:~:text=Los%20diagramas%20de%20flujo%20de%20procesos%20incluy en%20las%20formas%20y,en%20la%20diagramaci%C3%B3n%20de%20procesos>.
- Elizalde, Y. (2022). *Estudio de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de harina derivada de yuca y papa china en el cantón Morona provincia de Morona Santiago*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/17439>
- Elizalde, Y. (2022). *Estudio de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de harina derivada de yuca y papachina en el cantón Morona Provincia de Morona Santiago*. Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/17439>
- Etecé. (2022). *Rentabilidad*. Recuperado de: <https://concepto.de/rentabilidad/#:~:text=Cuando%20hablamos%20de%20rentabilidad %2C%20nos,supone%20haber%20hecho%20buenas%20elecciones>.
- Euroinnova, (s/f). *Que son las limitaciones de un proyecto de investigación*. Recuperado de: [Que son las limitaciones en un proyecto de investigación | web \(euroinnova.edu.es\)](http://www.euroinnova.edu.es)
- Euroinnova. (2021). *Que son los gastos de administración*. Recuperado de: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-los-gastos-de-administracion>
- García, J., Echeverri, D. y Mesa, H. (2013). *Gerencia de proyectos*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/69464>
- García, T. (2019). *El cuestionario como instrumento de investigación*. Recuperado de: http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf
- Gavilanes, R. (2018). *Estudio de factibilidad de la apertura de un restaurante que desarrolle investigación y presente a los productos nativos del Ecuador de una forma innovadora en Quito*. (Tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito). Recuperado de: [Repositorio Digital USFQ: Estudio de factibilidad de la apertura de un restaurante que desarrolle investigación y presente a los productos nativos del Ecuador de una forma innovadora en Quito](https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/document/10000)
- Guala, J. (2020). *Estudio de factibilidad para apertura de la sucursal de Ecotono Consultores Cía. Ltda. En la ciudad de Riobamba*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica

- de Chimborazo). Recuperado de: DSpace ESPOCH.: Estudio de factibilidad para apertura de la sucursal de ECOTONO Consultores Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba
- Guevara, G., Verdezoto, A. y Castro, N. (2020). *Metodología de la investigación educativa*. Recimundo, 163-173. doi: 10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173
<https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20investigaci%C3%B3n%20de,personas%20en%20su%20entorno%20natural>.
- Imbaquingo, D. (2016). *Ingeniería del proyecto*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/DiegoImbaquingo2/6-ingeniera-del-proyecto>
- KUZU. (2019). *Principio de la distribución de planta (layout)*. Recuperado de: <https://kuzudecoletaje.es/principios-de-la-distribucion-en-planta-layout/>
- López, E., Gonzales, N., Osambo, S. y Gálvez, R. (s/f). *Estudio técnico... elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión*. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjo2trrgvj6AhWDSTABHQ4hCQQQFnoECAcQAw&url=https%3A%2F%2Fwww.itson.mx%2Fpublicaciones%2Fpacioli%2Fdocuments%2Fno56%2Festudiotecnico.pdf&usg=AOvVaw2loTJnE3OIV2wPKWqUbXmv>
- Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Revista Scielo*. 7(7). Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2014000100006
- Mite, P. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de una distribuidora química en el cantón Marcelino Maridueña*. (Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55035>
- Paguay, A. (2022). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de bloques a base de plástico triturado en la ciudad del Puyo provincia de Pastaza para el año 2023*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/16328>
- Palabra Maestra. (2022). *La importancia de estudiar los procesos para realizar un proyecto*. Recuperado de: <https://www.compartirpalabramaestra.org/actualidad/blog/la-importancia-de-estudiar-los-procesos-tecnicos-para-realizar-un-proyecto>
- Paredes, R., Tapia, S. y Silva, M. (2021). Polo del Conocimiento. *Análisis administrativo, legal y operativo, para la creación de emprendimientos de alimentos y bebidas*. 6(9). 21-44. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8094566>
- Paz, M. (2018). *La oferta y demanda de docentes que dictan la asignatura de Emprendimiento y Gestión de las Instituciones Educativas Fiscales de Bachillerato, del Distrito Metropolitano de Quito, en el año lectivo 2017-2018*. (Tesis de pregrado, Universidad

- Central del Ecuador). Recuperado de:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/15277>
- Pedrosa, S. (2015). *Gasto*. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/gasto.html#:~:text=Cuando%20realizamos%20un%20gasto%2C%20se,pagarlo%20despu%C3%A9s%20o%20al%20contrario.>
- Pérez, A. (2021). *Estudio financiero: en qué consiste y como llevarlo a cabo*. Recuperado de:
<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Pérez, D., Martínez, F. y Renart, M. (2019). *Revista de Contabilidad y Dirección. Principales riesgos que afectan a la empresa*. 28, 11-26. Recuperado de: <https://accid.org/wp-content/uploads/2020/03/1-1.pdf>
- Pérez, J. y Gardey Ana. *Definición de Egresos*. Recuperado de:
<https://definicion.de/egresos/#:~:text=El%20concepto%20de%20egresos%2C%20de,y%20las%20inversiones%20son%20egresos.>
- Plúas, R. (2018). *Proyecto de factibilidad para la creación de un albergue de adultos mayores en la parroquia el dorado, cantón francisco de orellana, provincia de orellana, periodo 2017-2018*. Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13359>
- Posada, R. (2017). *Estudio de mercado*. Recuperado de:
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/zimapan/contaduria/2017/estudio_de_mercado.pdf
- Prieto, B. (2017). Cuadernos de Contabilidad. *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales**, 18(46), 1-27. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n46/0123-1472-cuco-18-46-00056.pdf>
- Proaño, N. (2019). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bizcochos en “Barrio Nuevo” sector sur de la Ciudad de Quito*. (Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador). Recuperado de:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/20617>
- Questionpro
- Rodríguez, S. y Aviles, V. (2020). Digital Publisher. *Las Pymes en Ecuador un análisis necesario*, 5(5-1), 191-200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Romero, C., Mendoza, C. y Mejía, L. (2018). *Revista Espacios. Logística en los canales de distribución de marketing en las empresas de artesanías WAYU*. 39(47), 2. Recuperado de: <file:///C:/Users/jorda/Downloads/a18v39n47p02.pdf>
- Salas, D. (2019). El enfoque mixto de la investigación: algunas características. Recuperado de:
<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>

- Sánchez, V. (s/f). Diseño de estudios transversales. Recuperado de: <https://accessmedicina.mhmedical.com/content.aspx?bookid=1721§ionid=115929954>
- Sarango, H. (2018). *Proyecto de factibilidad para la apertura de una sucursal de la compañía REDSERVICE S.A. en el cantón Joya de Sachas, periodo 2017*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/8823>
- SERNAC, (s/f). *El mercado y su funcionamiento*. Recuperado de: <https://www.sernac.cl/portal/607/w3-propertyvalue-21057.html#:~:text=El%20mercado%20es%20un%20conjunto,que%20se%20cobra%20por%20C3%A9ste>.
- Shneir, J. (2022). *Diferencia entre ingreso y ganancia en los negocios*. Recuperado de: <https://www.caminofinancial.com/es/diferencia-entre-ingreso-y-ganancia/>
- Sy Corvo, H. (2021). *Macrolocalización*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>
- Sy Corvo, H. (2021). *Macrolocalización*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/microlocalizacion-proyecto-empresa/>
- Thompson, I. (2005). *Definición del producto*. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Thompson, I. (2019). *El estudio de mercado*. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- UNAM. (2021). *Evaluación financiera del proyecto*. Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK Ewizgf2ymIz7AhWjZDABHcfGA7AQFnoECB0QAQ&url=http%3A%2F%2Feconomia.unam.mx%2F2021%2FINSTRUMENTALES%2FLOPEZ_MART%25C3%258D NEZ_REYNALDO_%2520EVALUACI%25C3%2593N%2520FINANCIERA%2520DE%2520PROYECTOS.pdf&usg=AOvVaw3HeKONpnZNY_05YuTKPWsL
- Universidad Estatal de Bolívar. (2018). Recuperado de: <https://www.ueb.edu.ec/#>
- Véliz, M. y Culcay, M. (2022). *Contabilidad de costos: conceptos elementales*. Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK Ewj4ru7XgY37AhXaVTABHcFiBYcQFnoECAsQAQ&url=http%3A%2F%2F142.93.18.15%3A8080%2Fjspui%2Fbitstream%2F123456789%2F809%2F1%2FLIBRO%2520DE%2520CONTABILIDAD%2520DE%2520COSTOS%2520%25207%2520edicio%25CC%2581n%25202022.pdf&usg=AOvVaw3l_RCM9Kw8Szt4vzaJ9vKx
- Ventura, J. (2017). *Revista Cubana de Salud Pública. ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria*. 43 (3). Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v43n4/spu14417.pdf>

Zabala, R. y Mantilla, M. (2017). Mkt Descubre. *Factibilidad de proyectos de inversión mediante aplicación informática integradora de bajo costo*, 3-10. Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/9773>

Zamora, A. (2008). Rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de guayaba en el Estado de Michoacán. (Tesis de posgrado, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo). Recuperado de: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>





epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 25 / 08 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JORDAN ARIEL REA CARVAJAL
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Título a optar: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
E. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas, MBA.



1668-DBRA-UPT-2023