



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**OCTUBRE 2019 – MARZO 2020**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**Ingeniería Comercial**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**Comidas Rápidas en la Ciudad de Vinces**

**EGRESADO:**

**Edinson Ivan Jimenez Luna**

**TUTORA:**

**ING. COM. LORENA MUÑOZ OVIEDO, MAE**

**AÑO 2020**

## Índice

Introducción .....	1
Capitulo I. Idea de Negocio .....	2
Descripción de la Idea de Negocio.....	2
Fundamentos teóricos.....	3
Comidas Rápidas.....	3
Ventajas de la comida rápida .....	4
Primer local de comidas rápidas .....	4
Estudio de Mercado (Diagnóstico del requerimiento a satisfacer) .....	5
Análisis e interpretación de datos .....	6
Informe Ejecutivo.....	29
Análisis de la competencia.....	31
Capitulo II. Diseño Organizacional del Emprendimiento.....	33
Descripción del Emprendimiento.....	33
Giro del emprendimiento .....	33
Razón social .....	34
Isologo.....	34
Slogan.....	35

Productos.....	35
Fundamentación Gerencial del Emprendimiento.....	43
Misión .....	43
Visión.....	43
Políticas de calidad.....	43
Valores empresariales .....	44
Objetivos empresariales .....	44
FODA.....	45
Estructura Organizacional y Funcional .....	46
Reclutamiento y selección de personal .....	48
Capitulo III. Modelo de Negocio.....	50
Segmento del Mercado.....	50
Productos y servicios como propuesta de valor .....	50
Canales de comercialización .....	51
Relaciones con los clientes.....	51
Fuentes de ingreso .....	52
Activos para el funcionamiento del negocio .....	52
Actividades del negocio .....	54
Red de socios.....	54
Estructura de costos.....	56

Capítulo IV. Estudios de Factibilidad del Emprendimiento .....	57
Factibilidad Técnica .....	57
.....	57
Macro localización .....	57
Micro localización.....	58
Factibilidad Financiera.....	60
Factibilidad Operativa.....	71
Proceso de Funcionamiento .....	71
Proceso de atención al cliente .....	72
Factibilidad Ambiental.....	73
Factibilidad Social.....	76
Conclusiones .....	77
Recomendaciones.....	78
Bibliografía .....	79
Anexos.....	81
Encuestas.....	81

### Índice de Tablas

<b>Tabla 1:</b> Rango de las Edades .....	7
<b>Tabla 2:</b> Lugares que visitan las personas para comer .....	8
<b>Tabla 3:</b> Frecuencia con la que visita un local de comida rápida.....	9

<b>Tabla 4:</b> Horario en el que frecuentan comer.....	10
<b>Tabla 5:</b> Tipo de comida que consumiría.....	11
<b>Tabla 6:</b> El pago en un restaurante de comida rápida .....	13
<b>Tabla 7</b> Factores que influyen al momento de elegir un restaurante.....	14
<b>Tabla 8:</b> Frecuencia en la que consumen comida rápida .....	15
<b>Tabla 9:</b> Puntuación de la atención recibida en restaurantes existentes.....	16
<b>Tabla 10:</b> Espacio amplio y acogedor en los restaurantes existentes.....	17
<b>Tabla 11:</b> Motivos por el cual come en restaurantes.....	19
<b>Tabla 12:</b> Abrir un nuevo local de comidas rápidas.....	20
<b>Tabla 13:</b> Veces que comería en JL .....	21
<b>Tabla 14:</b> Recomendar restaurante a familiares y amigos .....	22
<b>Tabla 15:</b> Servicio de wifi en los restaurantes.....	23
<b>Tabla 16:</b> Poder ver el menú con lista de precios.....	24
<b>Tabla 17:</b> Aspectos más importantes en la atención de clientes .....	25
<b>Tabla 18:</b> Implementar aires acondicionados en un restaurante .....	26
<b>Tabla 19:</b> Frecuencia con la que revisa las redes sociales .....	27
<b>Tabla 20:</b> Ayudar con publicidad en redes sociales .....	28
Tabla 21 análisis de la competencia directa .....	31
<b>Tabla 22:</b> Ingredientes y preparación de Hamburguesa completa .....	35
<b>Tabla 23:</b> Ingredientes y preparación de hamburguesa sencilla.....	36
<b>Tabla 24:</b> Ingredientes y preparación del Hot-dogs .....	38
<b>Tabla 25:</b> Ingredientes y preparación de Papi-pollos.....	38
<b>Tabla 26:</b> Ingredientes y preparación de tostadas .....	39

<b>Tabla 27:</b> Ingredientes y preparación de Jugo de naranja.....	41
<b>Tabla 28:</b> ingrediente y preparación de batidos .....	42
<b>Tabla 29:</b> Productos Gaseosas y jugos envasados .....	42
<b>Tabla 30</b> FODA del emprendimiento.....	45
<b>Tabla 31:</b> Funciones y requisitos del administrador .....	46
<b>Tabla 32:</b> Funciones y requisitos del Cocinero.....	47
<b>Tabla 33:</b> Funciones y requisitos del ayudante de cocina.....	47
<b>Tabla 34:</b> Funciones y requisitos del mesero.....	48
<b>Tabla 35:</b> Maquinaria y equipo de cocina.....	52
<b>Tabla 36:</b> Equipos de atención al cliente .....	53
<b>Tabla 37:</b> Equipos y suministros de oficina .....	53
<b>Tabla 38:</b> Estructura de costos .....	56
<b>Tabla 39:</b> Capital de trabajo.....	57
<b>Tabla 40:</b> Inversión Inicial .....	60
<b>Tabla 41:</b> Remuneraciones.....	62
<b>Tabla 42:</b> Beneficios sociales.....	62
<b>Tabla 43:</b> Amortización .....	63
<b>Tabla 44:</b> Depreciación.....	64
<b>Tabla 45:</b> Producción mensual.....	65
<b>Tabla 46:</b> Producción anual.....	66
<b>Tabla 47:</b> Costo de producción anual en dólares .....	66
<b>Tabla 48:</b> Ventas mensuales.....	66
<b>Tabla 49:</b> Venta anual .....	67

<b>Tabla 50:</b> Ventas anuales en dólares .....	67
<b>Tabla 51:</b> Gastos administrativos y ventas.....	68
<b>Tabla 52:</b> Flujo de caja.....	68
<b>Tabla 53:</b> VAN - TIR .....	69
<b>Tabla 54:</b> Periodo de recuperación de la inversión .....	70
<b>Tabla 55:</b> Relación beneficio costo.....	70

### **Índice de Gráficos y Organigrama**

<b>Ilustración 1:</b> Ciudad de Vinces .....	6
<b>Ilustración 2:</b> Rango de las Edades.....	7
<b>Ilustración 3:</b> Lugares que visitan las personas para comer .....	8
<b>Ilustración 4:</b> Frecuencia con la que visita un local de comida rápida.....	9
<b>Ilustración 5:</b> Horario en el que frecuentan comer .....	10
<b>Ilustración 6:</b> Tipo de comida que consumiría .....	11
<b>Ilustración 7:</b> El pago en un restaurante de comida.....	13
<b>Ilustración 8:</b> Factores que influyen al momento de elegir un restaurante.....	14
<b>Ilustración 9:</b> Frecuencia en la que consumen comida rápida.....	15
<b>Ilustración 10:</b> Puntuación de la atención recibida en restaurantes existentes .....	16
<b>Ilustración 11:</b> Espacio amplio y acogedor en los restaurantes existentes .....	17
<b>Ilustración 12:</b> Motivos por el cual come en restaurantes .....	19
<b>Ilustración 13:</b> Abrir un nuevo local de comidas rápidas .....	20
<b>Ilustración 14:</b> Las veces que comería en JL.....	21
<b>Ilustración 15:</b> Recomendar restaurante a familiares y amigos.....	22
<b>Ilustración 16:</b> Servicio de wifi en los restaurantes.....	23

<b>Ilustración 17:</b> Poder ver el menú con lista de precios .....	24
<b>Ilustración 18:</b> Aspectos más importantes en la atención de clientes.....	25
<b>Ilustración 19:</b> Implementar aires acondicionados en un restaurante.....	26
<b>Ilustración 20:</b> Frecuencia con la que revisa las redes sociales.....	28
<b>Ilustración 21:</b> Ayudar con publicidad en redes sociales .....	29
Ilustración 22: Isologo del emprendimiento .....	35
<b>Ilustración 23:</b> Estructura organizacional.....	46
<b>Ilustración 24:</b> Macro localización .....	57
<b>Ilustración 25:</b> Micro localización.....	58
<b>Ilustración 26:</b> Proceso de funcionamiento .....	72
<b>Ilustración 27:</b> Proceso de atención al cliente .....	72
<b>Ilustración 28:</b> Envases Biodegradables.....	74



## **Introducción**

Comidas Rápidas “JL” es un local de comidas en la ciudad de Vinces, dirigido a la familia, grupos de amigos, estudiantes, turistas nacionales y extranjeros que deseen pasar un rato agradable mientras degusta de buena comida, este emprendimiento nace de la necesidad de crear un local que se venda comida y que al mismo tiempo brinde una atención de calidad en un buen ambiente, en la ciudad existen varios locales de comida pero solo se centran en el servicio básico como brindar comida mas no en dar un valor agregado a lo que venden.

El siguiente emprendimiento está basado en una de las Sublínea de investigación de la carrera Ingeniería Comercial llamada Producción y Competitividad ya que con esta idea de negocio se busca competir en el mercado y a su vez con la mejora continua, un buen posicionamiento, también nos permite poner en practica los conocimientos adquiridos en los 10 semestres.

Para demostrar que el emprendimiento tiene sustento y viabilidad se realizó uno de los instrumentos de recolección de datos llamado encuestas que consta de una serie de preguntas cerradas con alternativas, aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces, también se realizó las respectivas factibilidades para demostrar que el proyecto es factible y que si genera ingresos, lo cual es la razón de ser de un proyecto de emprendimiento.

## **Capítulo I. Idea de Negocio**

### **Descripción de la Idea de Negocio**

#### **Comidas Rápidas “JL”**

La presente idea de negocio nace de la necesidad de crear un lugar en el cual las personas puedan comer y sentirse en un ambiente acogedor mientras comparten momentos agradables con sus familiares y amigos en Vinces. En esta ciudad existen locales que sirven comida, pero no cuentan con un lugar adecuado para brindar una atención de calidad que brinde no solo comida sino entretenimiento en un ambiente agradable.

Comidas Rápidas “JL” brindará el servicio de alimentos y bebidas, ofrecerá menús de comida rápida como: Hot-dogs, Hamburguesas, papas, tostadas, batidos, jugos y gaseosas siendo nuestro fuerte el servicio de alta calidad, incorporando personal especializado y capacitado para atender de mejor manera al cliente, también contará con una infraestructura amplia y adecuada, buena iluminación y climatización, sillas y mesas confortables, wifi en todo el local, lista de menús con precios, una tv y una caja registradora para realizar el pedido, el local contará con un ambiente y temática de cuidado con el medio ambiente para crear conciencia en la población.

Esta idea de negocio está enfocada a la familia, grupos de amigos, estudiantes, o a los turistas nacionales y extranjeros que vienen a las diversas festividades que realiza Vinces en épocas de fiestas y público en general que quieran comer y pasar un rato ameno, los cuales podrán calificar su atención recibida a través de nuestras redes sociales y buzón de sugerencias para así poder mejorar el servicio y al mismo tiempo generar publicidad en redes sociales ya que se han convertido en un medio masivo de publicidad.

Estará ubicado en una zona con mucho movimiento comercial donde las personas se reúnen cuando hay festividades en la ciudad, unas de las festividades son “Las Regatas Guayaquil-Vinces” donde la ciudad de Vinces es visitada por muchos turistas nacionales y extranjeros que en horas de comida buscan algún local de comida rápida donde almorzar o cenar, quienes acudirán a “JL” donde encontrarán buena comida y atención de calidad que se esperando poder satisfacer sus necesidades y quedar posesionado en sus mentes como un local de comidas al cual volver a visitar frecuentemente.

Los recursos claves para el buen funcionamiento del local será la mano de obra, se contratará personas que tengan la experiencia en preparar este tipo de comidas rápidas y también una persona que se encargue de la atención del cliente en caja tomando su pedido y sirviendo los alimentos. Otro recurso serían los ingredientes y recursos que se necesitan para preparar los alimentos estos se pueden conseguir en el mercado y comerciales que tiene la ciudad, también muebles y enseres para la comodidad, adecuación y decoración del local. Otro recurso que añade valor agregado a la idea de negocio es el servicio de internet y tv cable ya que son servicios de entretenimiento que más se consumen hoy en día.

### **Fundamentos teóricos**

#### **Comidas Rápidas**

“La comida rápida o Fast food Nació en Estados Unidos como una forma de satisfacer las necesidades alimentarias de una sociedad en la que la producción no dejaba tiempo al ocio

gastronómico. Sin embargo, la comida rápida siempre ha existido en forma de bocadillos” (Vilaplana, 2002).

“La comida rápida es muy consumida por los estadounidenses, muchos inmigrantes comen este tipo de comida para asemejarse más a los ciudadanos de Estados Unidos. Las cadenas de comida rápida en la actualidad elaboran menús mas saludables, como ensaladas o pescado, pero son los menús más caros de los establecimientos de comida rápida. En algunos países, como Francia y Reino Unido, se ha propuesto gravar con más impuestos la comida rápida, con el propósito de reducir su consumo y frenar la obesidad y sobrepeso que produce el fast food, ya que, en general, la comida rápida es elegida debido a su bajo costo, en ocasiones es más económico comer un menú en un restaurante de fast food que preparar comida en casa” (Moneo, Sirgado, & Lamas, 2011) .

### **Ventajas de la comida rápida**

“El propio nombre “comida rápida” nace de la ventaja de este concepto gastronómico: el ahorro de tiempo. No sólo al cocinar, como sucede con todo tipo de restaurante, sino que el producto que ofrece es de rápida preparación, llega rápido a las mesas y se puede comer con rapidez y facilidad, incluso a menudo sin cubiertos. De ahí que productos de la comida rápida sean hamburguesas, hot-dogs, sándwiches, pizzas, kebabs, etc.” (Uranda, 2019) .

### **Primer local de comidas rápidas**

“Corría el año 1902 cuando dos emprendedores americanos, Frank Hardart y Joseph Horn, decidieron abrir el primer restaurante de comida rápida, “Automat”, en los Estados Unidos, un establecimiento situado en el 818 de Chestnut St. de la ciudad de Filadelfia. Un lugar que resultaba algo extraño para la época, ya que no disponía de mesas ni de camareros para su

atención, sino que únicamente ofrecía una única barra con 15 taburetes para los clientes pudieran acomodarse” (Gastronomía, 2011).

### **Estudio de Mercado (Diagnóstico del requerimiento a satisfacer)**

El mercado objetivo para este emprendimiento será la ciudad de Vinces situada en la provincia de Los Ríos, los clientes serán las propios vinceños como personas que estén de visita por la ciudad y busquen un lugar acogedor donde degustar comida rápida

Para poder obtener datos que demuestren el sustento y factibilidad de la idea de negocio se realizó el instrumento de recolección de datos llamado encuestas que consta de una serie de preguntas cerradas con alternativas aplicada a los habitantes de la ciudad, La población de la parroquia Vinces de la ciudad de Vinces es de 55.443 habitantes de los cuales se escogió una muestra de 160 personas para realizar la encuesta y obtener resultados cuantitativos aplicando el software Excel para la interpretación de gráficos y tablas.

La fórmula a utilizar para calcular la muestra de una población finita fue la siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

#### **Dónde:**

N = Total de la población (55.443 habitantes en la ciudad de Vinces)

Z= 2.24 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en su investigación use un 3.9%).

$$\frac{55443 \cdot 2.24^2 \cdot 0.05 \cdot 0.95}{0.039^2 (55443 - 1) + 2.24^2 \cdot 0.05 \cdot 0.95} = 156.26$$

Teniendo un resultado de 156 personas, pero se decidió encuestar a 160

**Ilustración 1:** Ciudad de Vinces



Datos obtenidos el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos sobre el Censo de Población y Vivienda del 2010.

## Análisis e interpretación de datos

1.- ¿En qué rango de edad se encuentra?

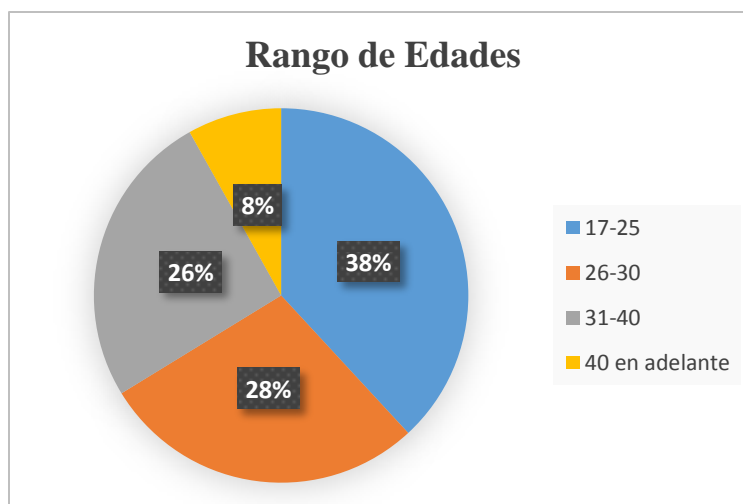
**Tabla 1:** Rango de

las Edades

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
17-25	61	38%
26-30	45	28%
31-40	41	26%
40 en adelante	13	8%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 2:** Rango de las Edades



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### Análisis:

Con los resultados obtenidos podemos demostrar que la mayor parte de los encuestados (un 38%) están en edades de 17 - 25 años.

2.- ¿Qué tipo de lugares visita usted cuando come fuera de su casa?

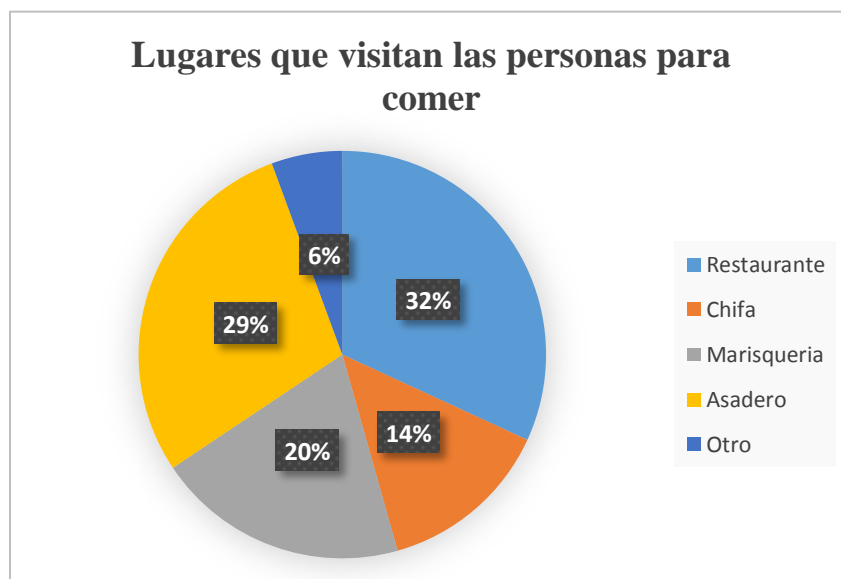
**Tabla 2:** Lugares personas para comer

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Restaurante	51	32%
Chifa	22	14%
Marisquería	32	20%
Asadero	46	29%
Otro	9	6%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

que visitan las

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 3:** Lugares que visitan las personas para comer



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### **Análisis:**

Analizando los resultados nos podemos observar que un 32% es decir 51 personas encuestadas prefieren comer en un restaurante. Los locales de comida rápida entran en la categoría de restaurantes por lo tanto también son visitados.



### 3.- ¿Con que frecuencia visita un local de comida rápida?

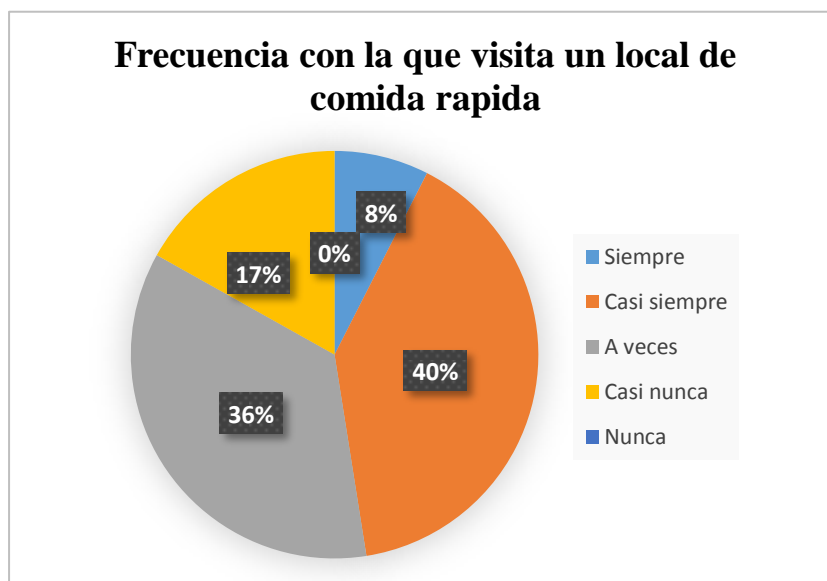
**Tabla 3:**  
visita un local de

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Siempre	12	8%
Casi siempre	64	40%
A veces	57	36%
Casi nunca	27	17%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Frecuencia con la que  
comida rápida

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 4:** Frecuencia con la que visita un local de comida rápida



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Análisis:**

Podemos observar que un 40% de la muestra encuestada casi siempre asiste a un local de comida rápida por lo contrario existen pocas personas que manifiestan ir casi nunca, esto nos da a entender que si hay una demanda considerable.

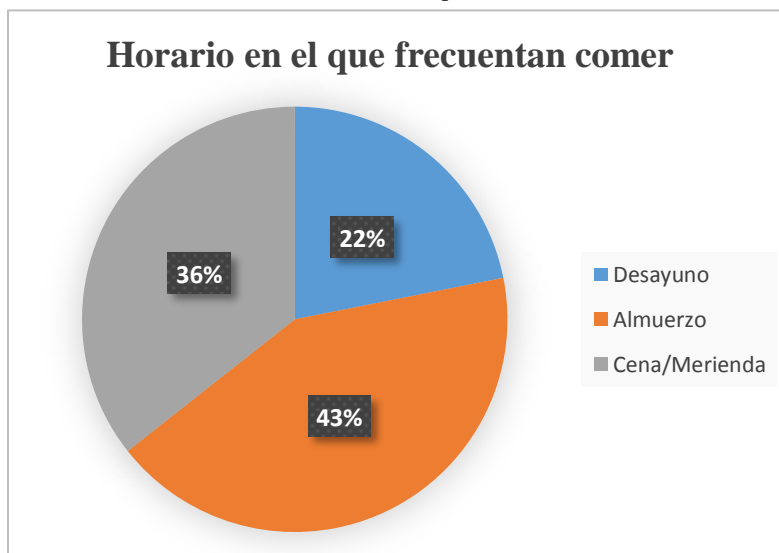
4.- ¿En qué horario usted frecuenta ir a comer en un restaurante?

**Tabla 4:** Horario en el que frecuentan comer

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Desayuno	35	22%
Almuerzo	68	43%
Cena/Merienda	57	36%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 5:** Horario en el que frecuentan comer



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Análisis:**

Con el resultado de esta pregunta se determina que un porcentaje de 43% de los encuestados van a un restaurante a la hora del almuerzo, y un porcentaje considerablemente alto merienda en restaurantes, este dato es importante ya que este local estará abierto desde medio día para que las personas puedan almorzar algo diferente.

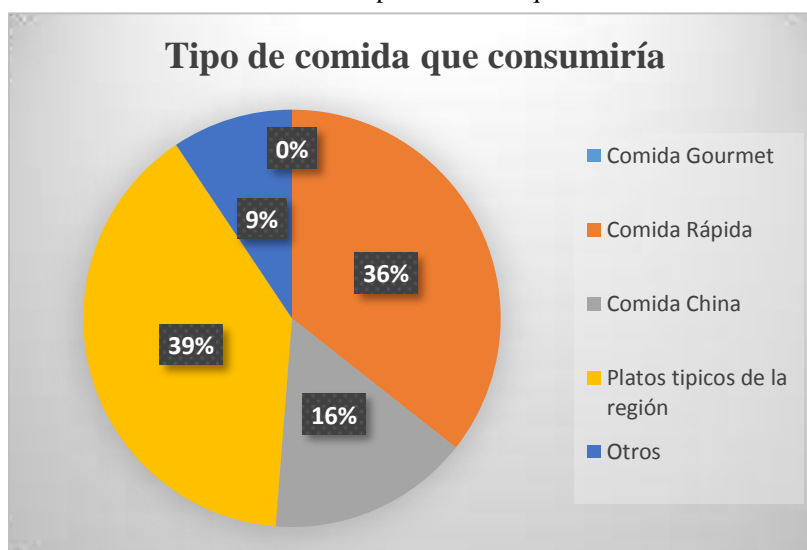
5.- ¿Qué tipo de comida usted consumiría en un restaurante?

**Tabla 5:** Tipo de comida que consumiría

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Comida Gourmet	0	0%
Comida Rápida	57	36%
Comida China	25	16%
Platos típicos de la región	63	39%
Otros	15	9%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 6:** Tipo de comida que consumiría



### **Análisis:**

Los datos obtenidos en esta encuesta demuestran que un 39% prefiere los platos típicos respetando sus costumbres y tradiciones, mientras que un 36% de las personas encuestadas

prefieren la comida rápida. Vemos que entre los platos típicos y la comida rápida no hay mucha diferencia por lo tanto sigue siendo factible.

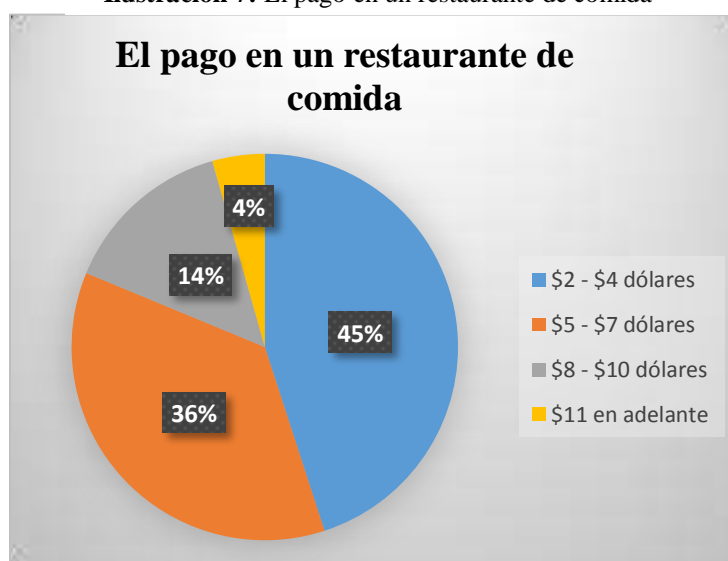
6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un restaurante de comida rápida?

**Tabla 6:** El pago en un restaurante de comida rápida

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
\$2 - \$4 dólares	72	45%
\$5 - \$7 dólares	58	36%
\$8 - \$10 dólares	23	14%
\$11 en adelante	7	4%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 7:** El pago en un restaurante de comida



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### **Análisis:**

El resultado de esta pregunta da un porcentaje 45% para la opción de \$2 -\$4 dólares, demostró que eso está dispuesto a pagar 72 personas contrario a un 4% que dice que está dispuesta a pagar más de 11 dólares, esta pregunta se elaboró con el fin de establecer precios bajos y accesibles.

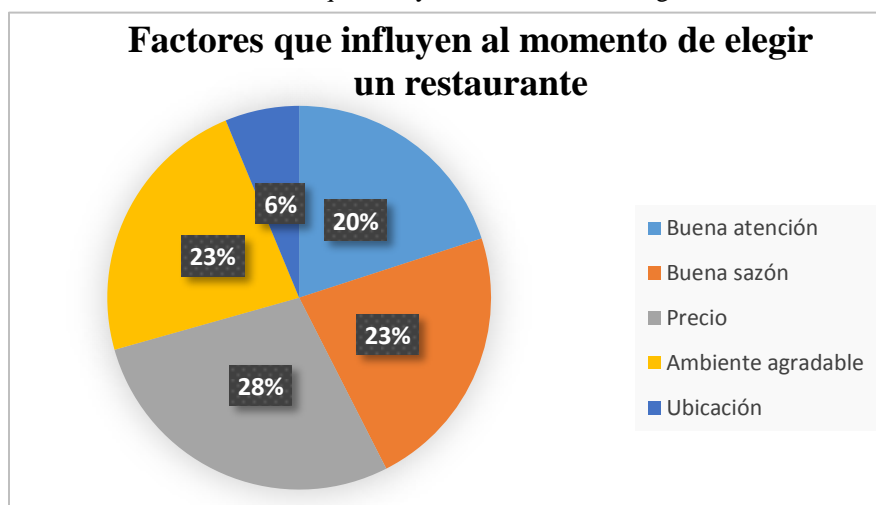
## 7.- ¿Qué factores influyen al momento de elegir un restaurante?

**Tabla 7** Factores que influyen al momento de elegir un restaurante

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Buena atención	32	20%
Buena sazón	36	23%
Precio	45	28%
Ambiente agradable	37	23%
Ubicación	10	6%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 8:** Factores que influyen al momento de elegir un restaurante



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### **Análisis:**

En los resultados obtenidos podemos ver que un 28% cree que el precio influye más al momento de elegir en donde comer y como segunda opción más escogida esta la una buena atención y un ambiente agradable.

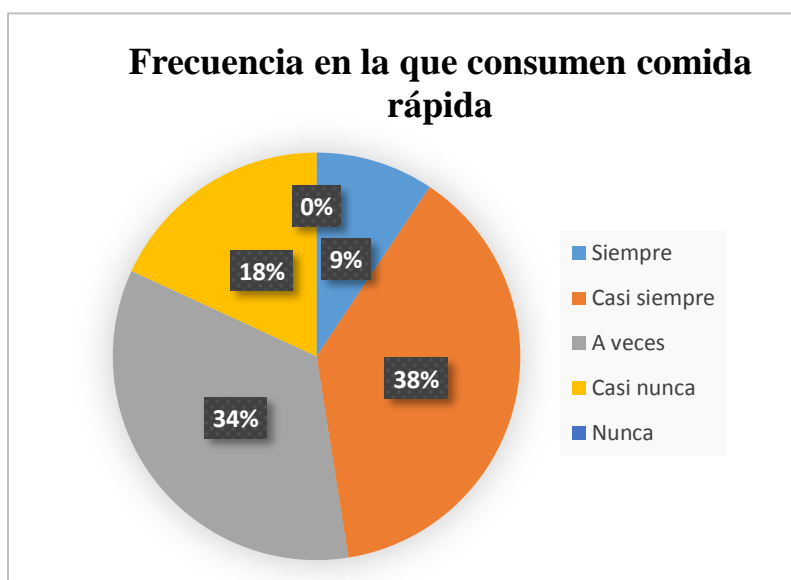
8.- ¿Con que frecuencia usted come comidas rápidas (hot-dogs, Hamburguesas, tostadas)?

**Tabla 8:** Frecuencia en la que consumen comida rápida

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Siempre	15	9%
Casi siempre	61	38%
A veces	55	34%
Casi nunca	29	18%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 9:** Frecuencia en la que consumen comida rápida



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### **Análisis:**

Podemos observar que un 38% de la muestra casi siempre consume comida rápida y una minoría casi nunca consume comida rápida, esto demuestra que existe una demanda considerable.

9.- ¿Cómo calificaría la atención recibida en los restaurantes existentes en la ciudad?

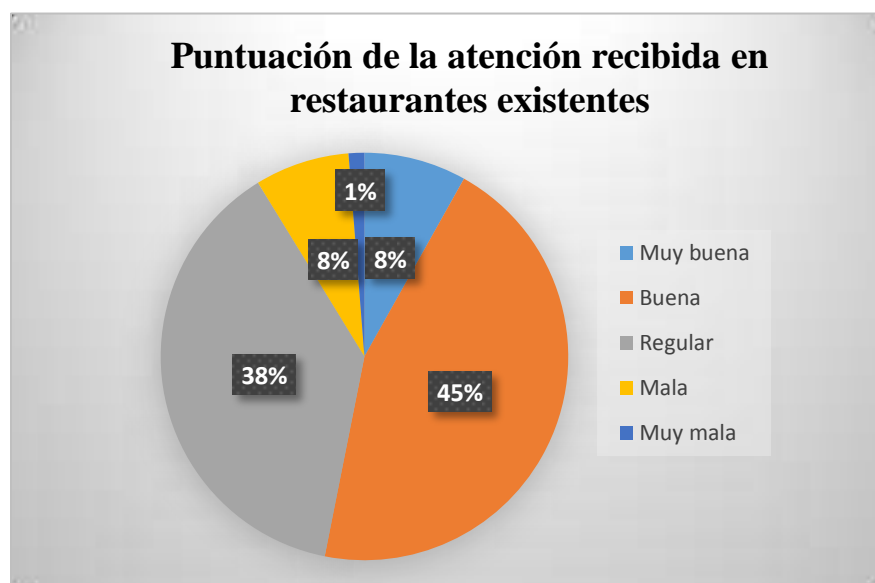
**Tabla 9:**  
atención recibida  
existentes

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Muy buena	13	8%
Buena	72	45%
Regular	61	38%
Mala	12	8%
Muy mala	2	1%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Puntuación de la  
en restaurantes

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 10:** Puntuación de la atención recibida en restaurantes existentes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Análisis:**



A través de los datos obtenidos podemos apreciar que un 45% califica como buena la atención que tiene los restaurantes actuales y un 38% la califica de irregular.

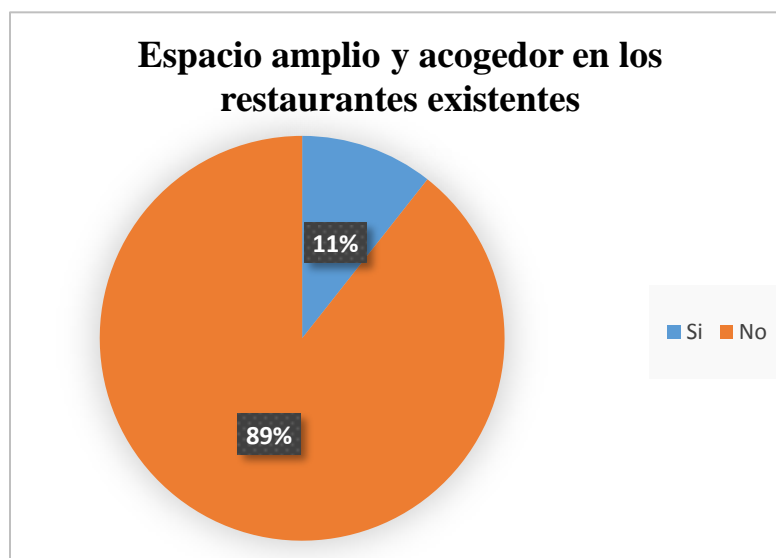
10.- ¿En los restaurantes que usted frecuenta comer cuentan con un espacio amplio y acogedor en los cuales pasar un rato agradable con familiares y amigos?

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Si	17	11%
No	143	89%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Tabla 10:** Espacio amplio y acogedor en los restaurantes existentes

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 11:** Espacio amplio y acogedor en los restaurantes existentes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

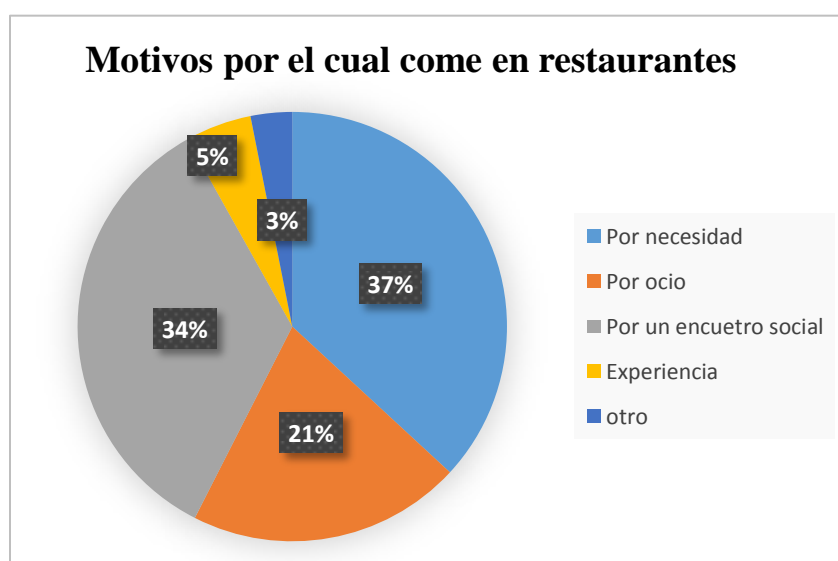
**Análisis:**

Los resultados de esta pregunta determinaron que el 89% de los encuestados afirma que no hay un lugar amplio en donde se pueda pasar un rato agradable con la familia y amigos mientras que un 11% afirma que si lo hay.

## 11.- ¿Cuál es el motivo por el cual usted come en un restaurante?

**Tabla 11:**  
cual come en

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Por necesidad	59	37%
Por ocio	33	21%
Por un encuentro social	55	34%
Experiencia	8	5%
otro	5	3%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Motivos por el  
restaurantes**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces**Ilustración 12:** Motivos por el cual come en restaurantes**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces**Análisis:**

Con los resultados obtenidos en esta pregunta se puede apreciar que un 37% acude a un restaurante por necesidad seguido de un 34% de la muestra que asegura ir por encuentros sociales y una minoría de 3% dice ir por otras razones. La necesidad principal es de personas que salen de sus trabajos y tienen poco tiempo para comer y deciden comer en restaurantes, estas personas también cuentan como público objetivo.

12.- ¿Le gustaría a usted que se abriera un local de comidas rápidas con buena atención y ambiente agradable en la ciudad de Vines?

**Tabla 12:** Abrir comidas rápidas

un nuevo local de

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Si	148	93%
No	12	8%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vines

**Ilustración 13:** Abrir un nuevo local de comidas rápidas



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vines

### **Análisis:**

En los datos obtenidos podemos apreciar que un 93% de los encuestados si están de acuerdo con la apertura de un local de comidas rápidas, mientras que una minoría de 8% dice estar en

desacuerdo. Analizando los datos podemos observar que si existe una buena acogida el implementar este local.

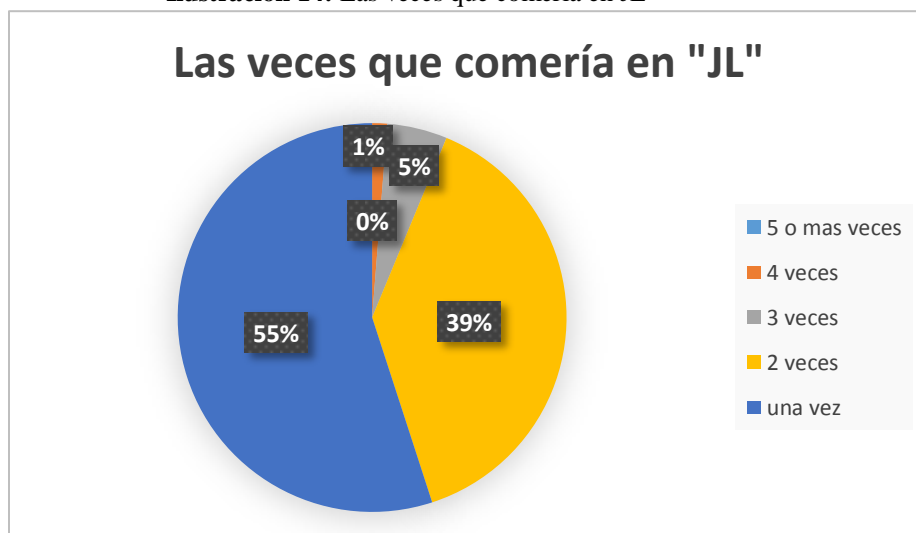
13.- ¿Cuántas veces a la semana usted comería en comidas rápidas “JL”?

**Tabla 13:** Veces que comería en JL

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
5 o más veces	0	0%
4 veces	2	1%
3 veces	8	5%
2 veces	62	39%
una vez	88	55%
<b>total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 14:** Las veces que comería en JL



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Análisis:**

En los datos obtenidos podemos apreciar que un 55% de los encuestados comerían una vez por semana en el nuevo local de comidas rápidas, mientras que una minoría de 1% dice comer hasta 4 veces, independientemente de las veces que vayan y el producto que consuman esta pregunta nos da una proyección de venta que aproximadamente 244 productos vendidos en la semana.

14.- ¿Recomendaría este restaurante a familiares y amigos?

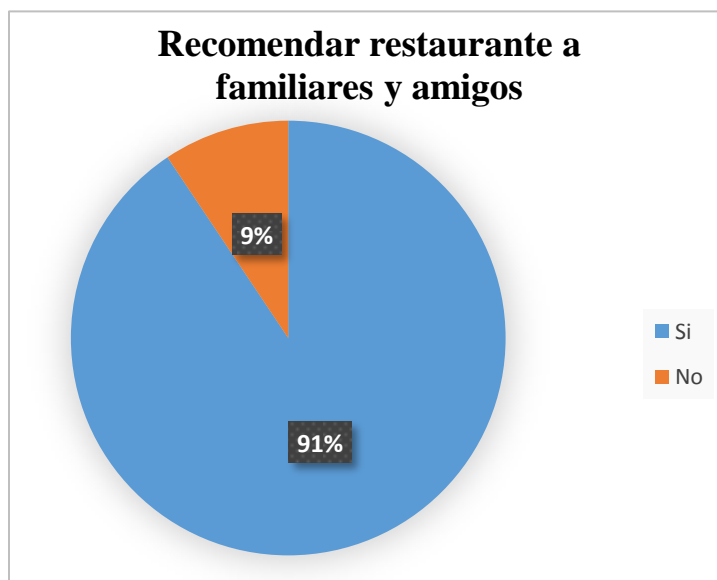
**Tabla 14:**  
restaurantes a

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Si	145	91%
No	15	9%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Recomendar  
familiares y amigos

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 15:** Recomendar restaurante a familiares y amigos



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Análisis:**

En los resultados obtenidos en esta pregunta podemos apreciar que el 91% de los encuestados si están de acuerdo en recomendar este local a familiares y amigos, mientras que una minoría de 9% dice estar en desacuerdo. Esto nos ayudaría a fomentar la publicidad.

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Si	160	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

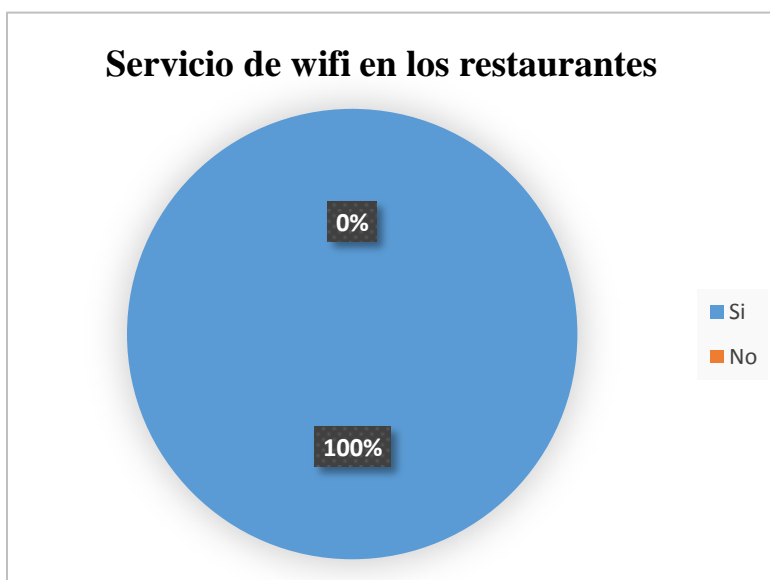
Esto nos  
fomentar

15.- ¿Le gustaría que en los restaurantes existiera el servicio de wifi?

**Tabla 15:** Servicio de wifi en los restaurantes

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 16:** Servicio de wifi en los restaurantes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### Análisis:

En los resultados obtenidos en esta pregunta podemos apreciar que el 100% de los encuestados si están de acuerdo en implementar el servicio de wifi en los restaurantes.

16.- ¿Le gustaría que en los restaurantes se pueda ver a simple vista el menú con sus precios?

**Tabla 16:** Poder de precios

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Si	160	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

ver el menú con lista

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 17:** Poder ver el menú con lista de precios





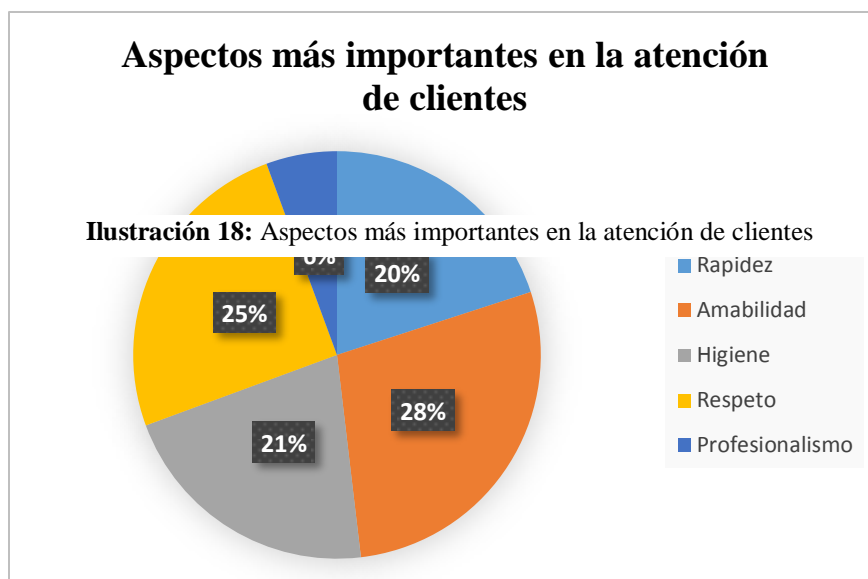
**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

Opciones	Op	Porcentaje
Rapidez	32	20%
Amabilidad	45	28%
Higiene	34	21%
Respeto	40	25%
Profesionalismo	9	6%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

En los resultados obtenidos en esta pregunta podemos apreciar que el 100% de los encuestados si están de acuerdo en ver la lista de menús y precios.

17.- Respecto a la atención al cliente ¿Cuál considera que es el aspecto más importante?

**Tabla 17:** Aspectos más importantes en la atención de clientes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### Análisis:

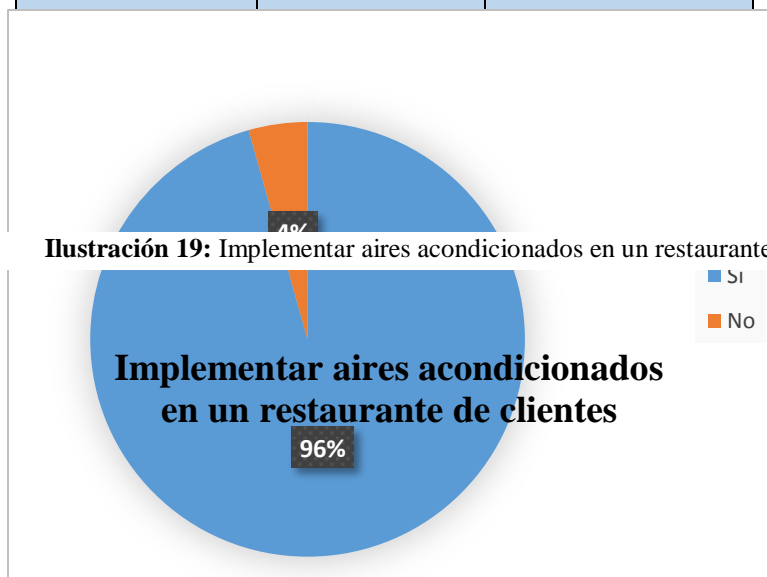
Dentro de los aspectos indicados en esta pregunta, la amabilidad tiene un 28% y se considera un aspecto importante para las 45 personas que escogieron esta opción, por el contrario, una minoría escogió el profesionalismo.

18.- ¿Considera usted importante la implementación de aires acondicionados en un restaurante?

**Tabla 18:**  
acondicionados en un

Opiniones	Frecuencia	Porcentajes
Si	153	96%
No	7	4%

Implementar aires  
restaurante



<b>Opiniones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Siempre	71	44%
Casi siempre	58	36%
A veces	26	16%
Casi nunca	5	3%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

### **Análisis:**

En los resultados obtenidos en esta pregunta podemos apreciar que el 96% de los encuestados si están de acuerdo en implementar aires acondicionados, mientras que una minoría de 4% dice estar en desacuerdo.

19.- ¿Con que frecuencia usted revisa las redes sociales?

**Tabla 19:** Frecuencia con la que revisa las redes sociales

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 20:** Frecuencia con la que revisa las redes sociales

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### **Análisis:**

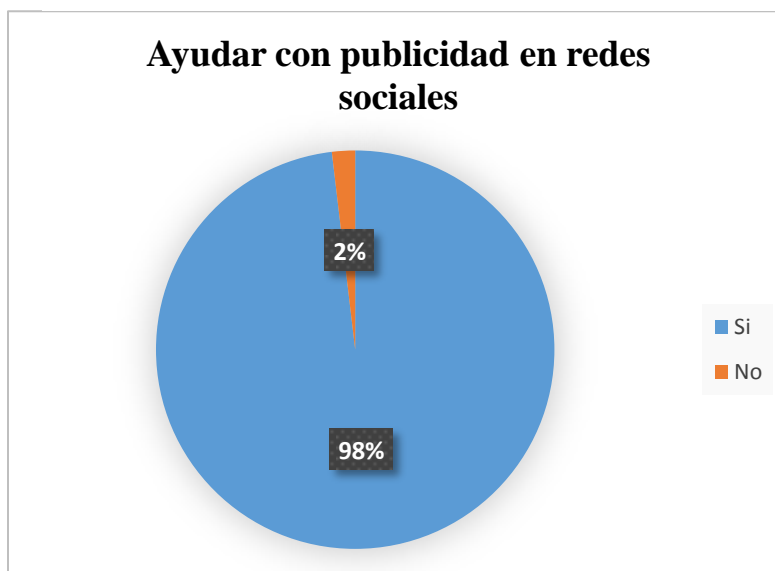
Los datos obtenidos en esta pregunta demuestran que un 44% de los encuestados siempre revisan sus redes sociales y solo un 3% casi nunca las revisa.

20.- ¿Nos ayudaría comentando, calificando y compartiendo las publicaciones que se realicen en redes sociales sobre “Comidas Rápidas JL”?

**Tabla 20:** Ayudar con publicidad en redes sociales

<b>Opiniones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	157	98%
No	3	2%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

**Ilustración 21:** Ayudar con publicidad en redes sociales

**Fuente:** Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Vinces

### **Análisis:**

En los resultados obtenidos en esta pregunta podemos apreciar que el 98% de los encuestados si están de acuerdo en compartir y comentar las publicaciones que realice el restaurante en redes sociales, mientras que una minoría de 2% dice estar en desacuerdo.

### **Informe Ejecutivo**

#### **Resumen de hallazgos**

1.- Se realizó una encuesta de 20 preguntas a 160 personas de varias edades en base al emprendimiento, para tener en cuenta lo que una muestra de la población opina o califica sobre este negocio y al mismo tiempo ver que tan factible y aceptable es por parte de la ciudadanía. Con los resultados obtenidos podemos determinar lo siguiente:

a.- El 40% (64 personas) de los encuestado dice que “casi siempre “come en los locales de comida rápida esto da a entender que si existe una demanda constante de comida rápida.

b.- Un 36% (57 personas) dice que consume comida rápida esta es la segunda opción más elegida ya que la primera con un 39% (63 personas) son los platos típicos. El porcentaje sigue siendo alto en el grupo de personas que consumen comida rápida.

c.- Existe un 45% (72 personas) que ante la pregunta de ¿cuánto estaría dispuesto a pagar en un restaurante de comida rápida?, respondió que en entre \$2 - \$4 dólares. Esta pregunta ayudará a definir los precios ya que, los encuestados eligen precios bajos.

d.- Del total de encuestados un 38% (61 personas) dijo que casi siempre consume comida rápida este porcentaje ayuda a verificar la factibilidad de este proyecto.

e.- Un 45% (72 personas) califica como buena la atención recibida en los restaurantes existentes mientras que en la excelencia un 8% (13 personas) califica de muy bueno, y esa calificación de excelencia quiere lograr este emprendimiento.

f.- Según el 89% (143 personas) de los encuestados los restaurantes actuales no cuentan con lugar amplio y acogedor para pasar con sus familiares y amigos. Una de las principales características del local de comidas rápidas será el amplio espacio para familias enteras o grupo de amigos numerosos.

g.- Se preguntó a los encuestados si les gustaría que existiera un local de comidas rápidas que cuente con un buen lugar al cual ir y pasar un rato agradable y un 93% (148 personas) respondió SI. Esta pregunta nos ayuda a verificar la factibilidad del emprendimiento ya que son características que este tendrá.

h.- También se preguntó si les gustaría que a simple vista se viera el menú con los precios a lo cual un 100% es decir 160 personas dijeron que SI.

J.- Al analizar estas respuestas podemos observar que existe una gran aceptación por parte de la ciudadanía en crear este local de comidas rápidas.




### **Análisis de la competencia**

En la ciudad de Vinces existen varios locales que ofrecen un servicio similar al que se ofrecerá, varios de ellos cuentan con poco tiempo en el mercado y otros tienen su posicionamiento.

Los competidores directos son:

Tabla 21 análisis de la competencia directa

<b>Análisis de la competencia</b>			
Local o establecimiento	Producto/servicio que ofertan	Dirección	Observación

 <p>Sabores café &amp; Bar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hamburguesas</li> <li>• Jugos</li> <li>• Tostadas</li> <li>• Papas</li> <li>• Desayunos</li> <li>• Almuerzos</li> <li>• Batidos</li> <li>• Arepas</li> </ul>	<p>Diagonal al puente verde en Vinces frente a la antigua cárcel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zona Insegura</li> <li>• Menú muy variado</li> <li>• Horarios de atención no fijos</li> </ul>
 <p>Ambrosia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almuerzos</li> <li>• Hamburguesas</li> <li>• Papas</li> <li>• Cócteles</li> </ul>	<p>Av. Córdoba</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca clientela</li> <li>• Se centra más en la venta de los almuerzos y bebidas</li> <li>• Poca Publicidad</li> <li>• Precios altos</li> </ul>
 <p>KFC</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Combos de hamburguesa, presas de pollo y papas</li> <li>• Combo de almuerzos</li> </ul>	<p>Vía Babahoyo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posesionado en el mercado</li> <li>• Clientela moderada</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

Estos locales son considerados competencia directa, cuentan con fortalezas y debilidades las cuales hay que tomar en cuenta para establecer una ventaja competitiva. El primer local no cuenta con un horario determinado de atención varias ocasiones se encuentra cerrado y está ubicado en una zona apartada e insegura, esto se convierte en ventaja para Comidas rápidas JL



ya que nuestras políticas establecen un horario de atención fijo y la ubicación de una zona con mayor movimiento comercial.

Otra observación para tomar en cuenta es que estos locales cuentan con poca clientela, esto se debe a la falta de promoción o de dar a conocer más el negocio, “JL” utilizará las redes sociales para llegar a un mayor público, que más personas conozcan que es Comidas rápidas JL y a que se dedica.

## **Capitulo II. Diseño Organizacional del Emprendimiento**

### **Descripción del Emprendimiento**

#### **Giro del emprendimiento**

Comidas Rápidas “JL” busca satisfacer una de las necesidades básicas que tiene cualquier persona como es la de comer, brinda el servicio de comidas rápidas debido a que muchas personas consumen este tipo de alimentos por su sencillez y rapidez a la hora de prepararlos, esto

les permitirá optimizar tiempo a las personas que tienen media hora o una hora para comer y volver a sus actividades cotidianas también para las personas que buscan un lugar donde realizar sus reuniones sociales con sus familiares y amigos.

A parte de la buena comida se le suma la buena atención que recibirá por parte del personal en un local climatizado y adecuado para una mayor comodidad para añadir valor a nuestro servicio contará con el servicio de wifi, algo que es muy usado por las personas ya sea por ocio, entretenimiento, trabajos o investigaciones y Tv cable como entretenimiento.

### **Razón social**

Según Silver, “Cuando inician, la mayoría de los emprendedores piensan en un sinnúmero de detalles y dejan al final uno de los aspectos más importantes: **elegir el nombre de la empresa o marca**. La realidad es que a veces tener un buen nombre puede ser la diferencia entre llevar un negocio hacia el éxito o al fracaso” (2018).

La razón social o el nombre escogido para este negocio será:

## **Comidas Rápidas “JL”**

La parte de “Comidas Rápidas” como nombre deja claro al consumidor cual es la actividad del negocio y las letras “JL” es lo que da el distintivo al negocio y diferenciarlo de los demás locales de comida rápida que existan en el mercado, las letras “JL” abrevian los apellidos Jimenez Luna y así vez al ser dos letras será más fácil estar en la mente del consumidor.

### **Isologo**

“El término de Isologotipo o Isologo se presenta cuando se unen un isotipo y un logotipo. O, dicho de otra forma, se representa la imagen y con un texto que están unidos en un mismo símbolo o identificación gráfica” (Mendez, 2018).



Ilustración 22: Isologo del emprendimiento

Siguiendo la tendencia de hoy en día de los logos formales que son ante la vista muy simples, pero con el fin de ser recordados más rápidos debido al poco detalle que estos llevan, se creó un Isologo ejecutivo en el cual se observa una hamburguesa que es el alimento que más se viene a la mente cuando se habla de comidas rápidas seguido del nombre del local y los colores verde y amarillo que representan la bandera de la ciudad de Vinces, en donde estará este emprendimiento. El borde circular y los detalles le dan la forma de un plato.

### **Slogan**

El slogan a utilizar será:

**“A TIEMPO EN TU MESA”**

Este slogan busca transmitir al cliente lo importante que es su tiempo, por lo que se logrará reducir al máximo el tiempo de espera.

### **Productos**

**Tabla 22:** Ingredientes y preparación de Hamburguesa completa

<b>Producto: Hamburguesa completa</b>
---------------------------------------

**Imagen referencial**



<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario</b>
Pan de Hamburguesa	55 Gr	0,10
Lechuga	10 Gr	0,02
Queso	14 Gr	0,10
Tomate	20 Gr	0,02
Huevo	50 Gr	0,10
Jamón	5 Gr	0,07
Mayonesa	5 Gr	0,01
Salsa de tomate	5 Gr	0,005
Cebolla	10 Gr	0,01
Carne molida x 2	0.44 Lb	0,80
<b>Total de Costos</b>		<b>1,24</b>
Imprevistos (5%)		0,062
<b>Costo total de preparación</b>		<b>1,30</b>
Beneficio (92%)		1,20
<b>Precio de venta</b>		<b>2,50</b>
<b>Preparación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la plancha se coloca la carne por 6 minutos y el huevo por 2 minutos para freír, y un minuto el jamón también se coloca por un instante el pan cortado en dos rodajas para calentarlo y el queso hasta que esté un poco derretido.</li> <li>• Una vez que estén estos ingredientes de la plancha listos, se empieza a armar la hamburguesa de la siguiente manera primero la tajada de pan, seguido de la lechuga, tomate, la carne, mayonesa, salsa de tomate, queso, huevo, cebolla y por último la otra tajada de pan</li> </ul>		

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 23:** Ingredientes y preparación de hamburguesa sencilla

**Producto: Hamburguesa sencilla**


**Imagen referencial**



<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario</b>
Pan de Hamburguesa	55 Gr	0,10
Lechuga	10 Gr	0,02
Tomate	20 Gr	0,02
Mayonesa	5 Gr	0,01
Huevo	50 Gr	0,10
Salsa de tomate	5 Gr	0,005
Cebolla	10 Gr	0,01
Carne molida	0.22 Lb	0,40
<b>Total de Costos</b>		<b>0,67</b>
Imprevistos (5%)		0,03
<b>Costo total de preparación</b>		<b>0,70</b>
Beneficio (114%)		0,80
<b>Precio de venta</b>		<b>1,50</b>
<b>Preparación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la plancha se coloca la carne por 6 minutos para freír, y el huevo por 2 minutos también se coloca por un instante el pan cortado en dos rodajas para calentarlo.</li> <li>• Una vez que estén estos ingredientes de la plancha listos, se empieza a armar la hamburguesa de la siguiente manera primero la tajada de pan, seguido de una hoja de lechuga, dos rodajas de tomate, la carne, mayonesa, salsa de tomate, dos aros de cebolla y por último la otra tajada de pan</li> </ul>		

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 24: Ingredientes y preparación del Hot-dogs

<b>Producto: Hot-dogs</b>		
<b>Imagen referencial</b>		
		
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario</b>
Pan de Hot-dogs	40 Gr	0,16
Lechuga	10 Gr	0,02
Tomate	20 Gr	0,02
Mostaza	5 Gr	0,01
Salsa de tomate	5 Gr	0,005
Cebolla	10 Gr	0,01
Salchicha	25 Gr	0,14
<b>Total de Costos</b>		<b>0,37</b>
Imprevistos (10%)		0,037
<b>Costo total de preparación</b>		<b>0,41</b>
Beneficio (205%)		0,84
<b>Precio de venta</b>		<b>1,25</b>
<b>Preparación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la plancha se coloca la salchicha por 4 minutos para freír, también se coloca por un instante el pan para calentarlo.</li> <li>• El tomate y la cebolla se cortan en trozos pequeños</li> <li>• Una vez que estén estos ingredientes de la plancha listos, se empieza a armar el hot-dog de la siguiente manera primero el pan se corta por la mitad de forma vertical, se coloca una hoja de lechuga, luego la salchicha y encima van los trozos de tomate y cebolla al final se le pone salsa de tomate y mostaza</li> </ul>		


**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 25: Ingredientes y preparación de Papi-pollos

<b>Producto: Papi-pollos</b>		
<b>Imagen referencial</b>		
		
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario</b>
Papas	0.70 Lb	0,20
Aceite	500 ML	0,50
Salsa de tomate	5 Gr	0,005
Mayonesa	5 Gr	0,01
Pollo (muslo)	0.44 Lb	0,35
Apanadura	60 Gr	0,14
Sal	5 Gr	0,002
<b>Total de Costos</b>		<b>1,21</b>
Imprevistos (5%)		0,06
<b>Costo total de preparación</b>		<b>1,27</b>
Beneficio (97%)		1,23
<b>Precio de venta</b>		<b>2,50</b>
<b>Preparación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la freidora se pone a hervir el aceite</li> <li>• Se corta las papas en tiras una vez el aceite esté hirviendo se colocan las papas por unos 6 minutos.</li> <li>• La presa de pollo se le coloca apanadura y se fríe por 9 minutos y se voltea cada 3 minutos</li> <li>• Una vez frito se colocan en el plato, se añade pizca de sal, salsa de tomate y mayonesa</li> </ul>		

**Fuente:** Elaboración propia


**Tabla 26:** Ingredientes y preparación de tostadas

<b>Producto: Tostadas</b>		
<b>Imagen referencial</b>		
		
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario</b>
Pan de tostadas (dos rebanadas)	56 gramos	0,09
Mantequilla	5 Gr	0,02
Jamón	5 Gr	0,07
Queso	14 Gr	0,10
<b>Total de Costos</b>		<b>0,28</b>
Imprevistos (5%)		0,014
<b>Costo total de preparación</b>		<b>0,29</b>
Beneficio (245%)		0,71
<b>Precio de venta</b>		<b>1,00</b>
<b>Preparación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se embarra mantequilla en las dos rebanadas de pan luego se coloca el jamón y el queso</li> <li>• Se deja en la tostadora por 3 minutos aproximadamente</li> </ul>		

**Fuente:** Elaboración propia




Tabla 27: Ingredientes y preparación de Jugo de naranja

<b>Producto: Jugo de Naranja</b>		
<b>Imagen referencial</b>		
		
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario</b>
5 Naranjas	200 gramos	0,20
azúcar	15 Gr	0,004
Vaso biodegradable	7 Kg	0,05
Sorbete biodegradable	1.5 Gr	0,03
<b>Total de Costos</b>		<b>0,28</b>
Imprevistos (10%)		0,03
<b>Costo total de preparación</b>		<b>0,31</b>
Beneficio (384%)		1,19
<b>Precio de venta</b>		<b>1,50</b>
<b>Preparación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cortan las naranjas a la mitad luego se las exprime con ayuda de un exprimidor y se añade un poco de azúcar</li> </ul>		



**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 28: ingrediente y preparación de batidos

<b>Producto: Batidos</b>		
<b>Imagen referencial</b>		
		
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario</b>
8 Frutillas	160 gramos	0,03
azúcar	15 Gr	0,004
leche	250 Ml	0,18
Vaso biodegradable	7 Kg	0,05
Sorbete biodegradable	1.5 Gr	0,03
<b>Total de Costos</b>		<b>0,29</b>
Imprevistos (10%)		0,03
<b>Costo total de preparación</b>		<b>0,32</b>
Beneficio (213%)		0,68
<b>Precio de venta</b>		<b>1,25</b>
<b>Preparación</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>En el vaso de la licuadora se colocan las frutillas, la leche y unas cucharadas de azúcar y se licua por 1 minuto aproximadamente</li> </ul>		

Fuente: Elaboración propia

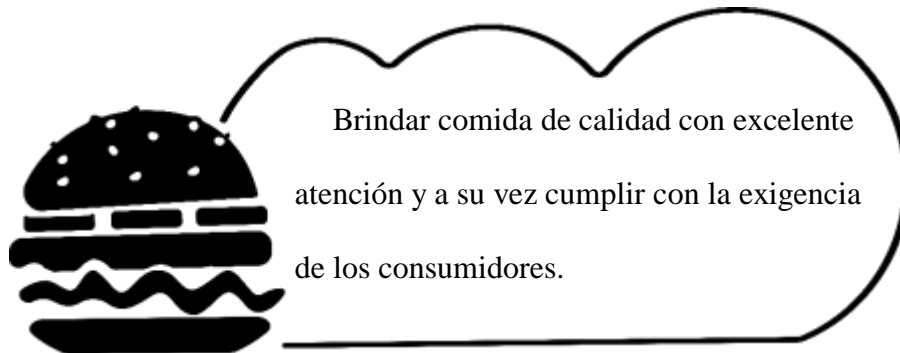
Tabla 29: Productos Gaseosas y jugos envasados

<b>Productos: Gaseosas</b>		<b>Productos: jugos envasados</b>	
			
<b>Precio proveedor</b>	<b>0,25</b>	<b>Precio proveedor</b>	<b>0.30</b>
Beneficio (100%)	0,25	Beneficio (66%)	0.20
<b>Precio de venta</b>	<b>0,50</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>0.50</b>

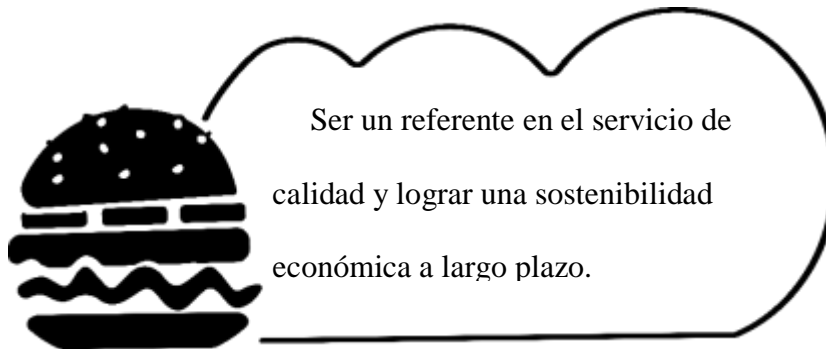
Fuente: Elaboración propia

## Fundamentación Gerencial del Emprendimiento

### Misión



### Visión



### Políticas de calidad

“La Política de la Calidad es una de las primeras acciones que se establecen cuando se implanta un Sistema de Gestión de la Calidad. Es una de las actividades de la Alta Dirección y contiene orientaciones generales, intenciones y objetivos de la organización referente a la calidad.” (Bueno, 2018).

- Se establecieron las siguientes políticas de calidad:
- Cumplir con las normas de salubridad impuestas por las autoridades competentes
- Mantener limpio y aseado su lugar de trabajo
- Llegar a tiempo a su trabajo

- Utilizar vestimenta adecuada en su lugar de trabajo
- Brindar un servicio de calidad con respeto y amabilidad
- Recuperar la inversión en 3 años
- Armonía y buena conducta en el lugar de trabajo

### Valores empresariales

- **Responsabilidad:** Cada uno de los empleados debe ser responsable con sus actividades asignadas
- **Calidad:** Debe existir mejora continua en cada proceso
- **Compromiso social:** Debe existir un compromiso con la sociedad para satisfacer sus exigencias.
- **Puntualidad:** El terminar una actividad a tiempo ayuda a que los procesos tengan un ritmo correcto sin que causen atrasos.
- **Respeto:** El tratar con respeto a los clientes o compañero de trabajo también forma parte de la calidad que se busca cumplir.

### Objetivos empresariales

- **Objetivo general**



Establecer un posicionamiento en el mercado de comidas rápidas con calidad en el servicio y diferenciarse de la competencia

- **Objetivos Específicos**

- Satisfacer la necesidad del cliente con el servicio brindado y tiempo de espera reducido

- Permitir a través del buzón de sugerencias el cliente realice observaciones respecto a la atención recibida para ayudar con la mejora continua.
- Utilizar las redes sociales como medio de publicidad para llegar a más clientes

## FODA

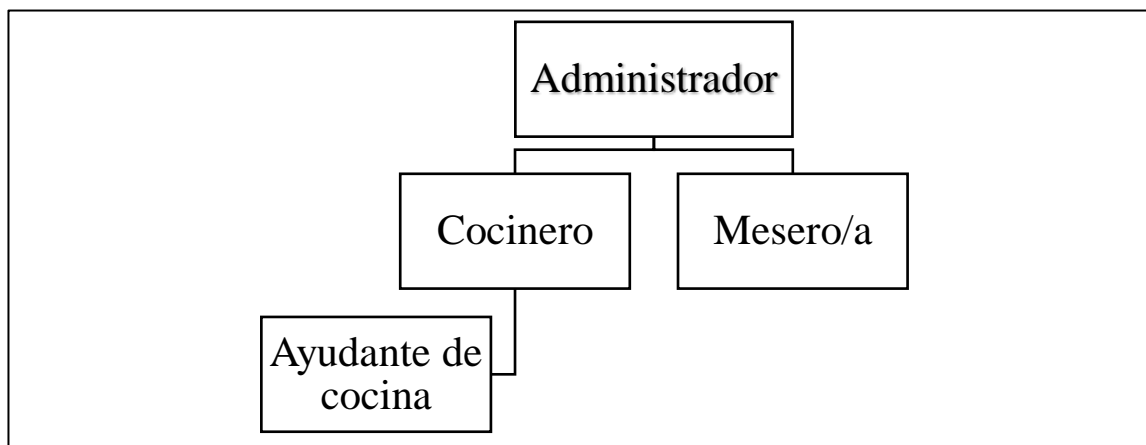
Según Caferri. “El FODA es una herramienta que permite trabajar con la información que posees sobre el negocio. Es decir, estudia la situación de una empresa a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas” (2019).

**Tabla 30** FODA del emprendimiento

FODA del emprendimiento	
<b>Fortaleza</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal capacitado</li> <li>• Excelente Servicio</li> <li>• Lugar acogedor</li> <li>• Local establecido en zona comercial</li> </ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Local no cuenta con un parqueo</li> <li>• Pago de alquiler</li> </ul>
<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de empleo</li> <li>• Activación de la matriz productiva</li> <li>• Rápida sostenibilidad económica</li> </ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nueva competencia</li> <li>• Crisis económica en el país</li> <li>• Nuevas normas regulatorias</li> </ul>
Estrategias del FODA	
<b>Estrategias F-O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar las fortalezas para maximizar las oportunidades.</li> <li>• Brindar un excelente servicio para atraer a más clientes y tener sostenibilidad económica.</li> </ul>	<b>Estrategias D-O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar las debilidades con las oportunidades</li> <li>• El estar en una zona comercial donde transitan muchas personas aumenta el porcentaje de clientes potenciales</li> </ul>
<b>Estrategias F-A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A través de las fortalezas tratar de prevenir las Amenazas</li> <li>• Lograr un posicionamiento en el mercado en corto tiempo antes que aparezcan nuevas competencias</li> </ul>	<b>Estrategias D-A</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar las debilidades para prevenir las amenazas.</li> <li>• Cumplir con todas las normas regulatorias</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

## Estructura Organizacional y Funcional



**Ilustración 23:** Estructura organizacional

**Tabla 31:** Funciones y requisitos del administrador

<b>Cargo: Administrador</b>	
<p><b>Funciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la gestión administrativa pertinente</li> <li>• Atender las inquietudes del personal de trabajo</li> </ul> <p><b>Fuente:</b> Elaboración propia de compra al DS.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer estándares de calidad</li> <li>• Llevar un buen manejo de las finanzas del local</li> <li>• Mantener limpia su área de trabajo</li> <li>• Realizar la apertura y cierre de caja.</li> <li>• Ser amable con el cliente.</li> <li>• Mantener un correcto manejo de la caja registradora.</li> <li>• Llevar un control en facturas y demás documentos contables.</li> <li>• Mantener limpio su área de trabajo.</li> </ul>	<p><b>Requisitos para el puesto de trabajo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Tercer nivel en carreras administrativas o contables</li> <li>• Buen manejo en herramientas ofimáticas</li> <li>• Vivir en la ciudad de Vines</li> <li>• Manejo de herramientas ofimáticas</li> </ul> <p>Vivir en la ciudad de Vines</p>

Tabla 32: Funciones y requisitos del Cocinero

<b>Cargo: Cocinero</b>	
<b>Funciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocinar los alimentos</li> <li>• Mantener en stock los ingredientes</li> <li>• Notificar al gerente en caso de que se agoten los ingredientes</li> <li>• Delegar funciones al ayudante de cocina</li> <li>• Utilizar de manera correcta los equipos, electrométricos y utensilios de cocina</li> <li>• Mantener limpia su área de trabajo</li> </ul>	<b>Requisitos para el puesto de trabajo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia laboral mínimo de 1 año en cargos similares</li> <li>• Tener conocimientos de preparación de comidas rápidas</li> <li>• Tener buenas relaciones interpersonales</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 33: Funciones y requisitos del ayudante de cocina

<b>Cargo: Ayudante de cocina</b>	
<b>Funciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar ayuda al chef</li> <li>• Notificar cualquier novedad al chef</li> <li>• Verificar que los ingredientes estén en buena calidad antes de ser utilizado</li> <li>• Verificar que los equipos de cocina funcionen en óptimas condiciones</li> <li>• Mantener limpia el área de la cocina</li> </ul>	<b>Requisitos para el puesto de trabajo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener conocimientos intermedios en la preparación de comidas rápidas</li> <li>• Experiencia mínima de 6 meses en cargos similares</li> <li>• Vivir en la ciudad de Vines</li> <li>• Tener buenas relaciones interpersonales</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 34:** Funciones y requisitos del mesero

<b>Cargo: Mesero/a</b>	
<p><b>Funciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender respetuosamente al cliente</li> <li>• Tomar su orden y dársela al cajero/a</li> <li>• Verificar que en los congeladores haya suficientes bebidas</li> <li>• Despejar cualquier duda que tenga el cliente</li> <li>• Mantener limpias las mesas y sillas</li> <li>• Brindar apoyo en caja o en el área de cocina</li> </ul>	<p><b>Requisitos para el puesto de trabajo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener conocimientos sobre atención al cliente</li> <li>• Experiencia mínima de 6 meses en cargos similares</li> <li>• Vivir en la ciudad de Vinces</li> <li>• Tener buenas relaciones interpersonales</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia

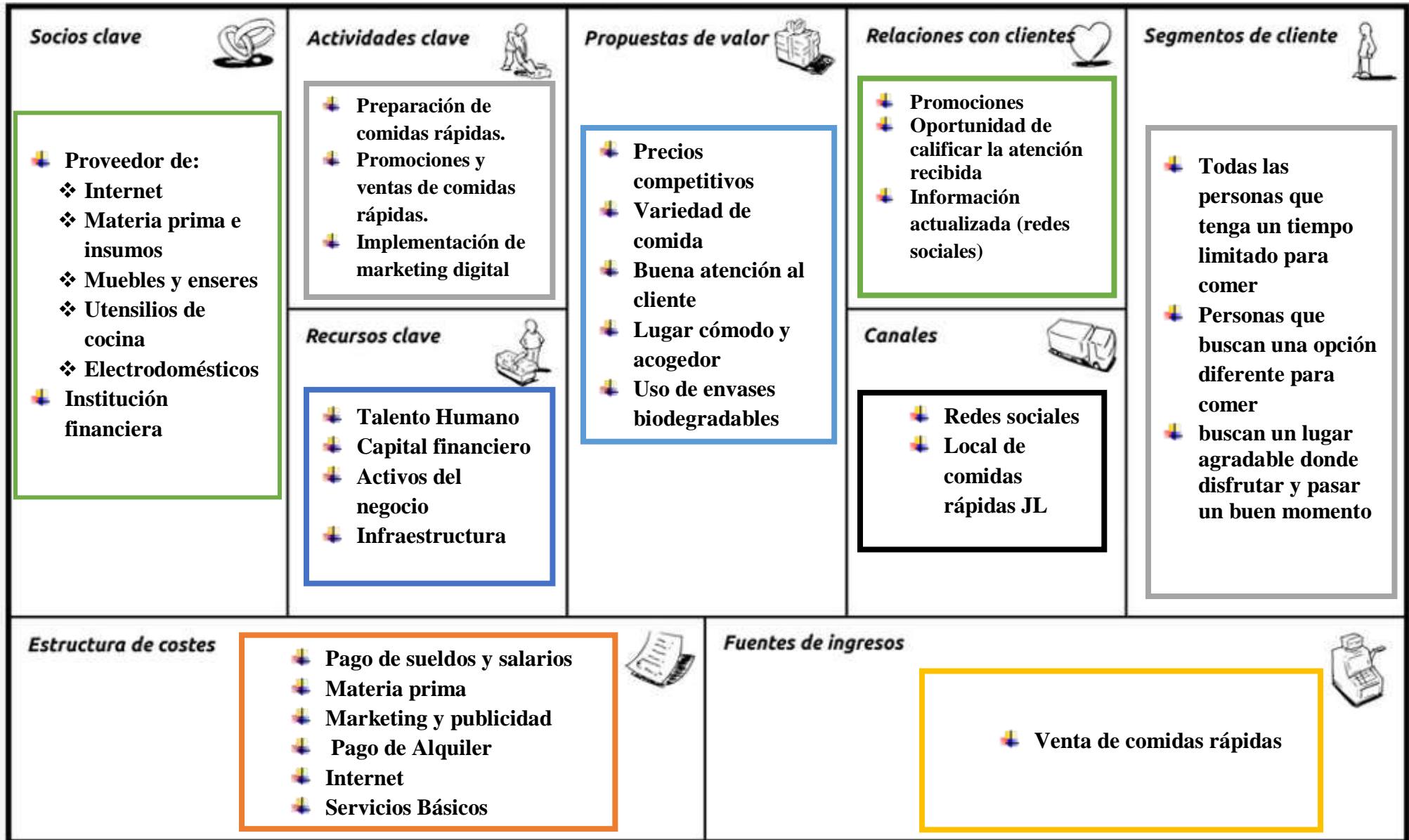
Cada uno de ellos debe contar con una buena presentación para demostrar una excelente imagen a los clientes, tanto el mesero/a como el cajero/a deben brindar una atención de calidad siendo amable y respetuoso en todo momento, en caso de ser necesario brindarse el apoyo mutuo en cada una de las áreas para evitar atrasos y llevar un buen flujo en cada una de las actividades.

### **Reclutamiento y selección de personal**

El reclutamiento del personal se realizará antes de iniciar el emprendimiento, se publicará la existencia de vacantes en internet donde las personas interesadas podrán dejar su hoja de vida, una vez analizados los datos de los postulantes se procederá a realizar una entrevista personal para realizar una serie de preguntas y de esa manera determinar si es apto para el trabajo



## MODELO CANVAS – COMIDAS RÁPIDAS “JL”



### Capítulo III. Modelo de Negocio

“Los modelos de negocio se asemejan a planos en los que se describe y detalla el modus operandi de una empresa, los empresarios diseñan modelos de negocio que brindan una guía durante la creación de una empresa” (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2012).

#### Segmento del Mercado

El emprendimiento el cual sirve comida que consume todo tipo de persona, está dirigido a un gran público como:



Personas que tienen un tiempo corto para comer o desean comer algo rápido



Personas que quieran comer algo diferentes a lo que se vende habitualmente en los restaurantes de la ciudad.



Personas que salen siempre los fines de semanas de casa y buscan un lugar agradable donde disfrutar y pasar un buen momento

#### Productos y servicios como propuesta de valor

Precios Competitivos: Una de las principales propuestas de valor que tiene este emprendimiento son los precios competitivos que se van a establecer, según la encuesta realizada a los ciudadanos de Vinces la mayoría de ellos estaría dispuesto a pagar entre \$2 a \$4 dólares, y este rango de precios son los que tendrán nuestros platos de comida.

Variedad de comida: los clientes podrán escoger la comida que se les ofrece en el menú con el listado de precios, un menú variado y simple a la vez sin tantas opciones que agobien al cliente

Buena atención: Otra propuesta de valor es la buena atención con la que se va a tratar al cliente, esta es una de las características que escogen los clientes al momento de elegir un lugar para comer

Lugar cómodo y acogedor: el local contara con un ambiente agradable donde los clientes puedan degustar de una buena comida mientras utilizan el servicio de internet gratis o multimedia

Uso de envases biodegradables: como método de concientización por la protección al medio ambiente se utilizará envases de este tipo para causar un impacto mínimo.

### **Canales de comercialización**



Negocio: El local de comidas rápidas donde las personas van directamente, la comida se prepara y es servida al instante



Redes sociales: Las cuales servirán para generar una parte de la publicidad para dar a conocer el emprendimiento y atraer a más clientes en estas redes sociales se publicará fotos y precios, también cuando se realicen promociones.

### **Relaciones con los clientes**

Promociones: Con frecuencia se publicarán promociones con la finalidad de atraer nuevos y clientes que irán frecuentemente. Una buena promoción sería dar descuentos a clientes que traigan a nueva clientela.

Oportunidad de calificar la atención recibida: El cliente tendrá la opción en un buzón de sugerencia para establecer críticas y de dar su punto de vista en cuanto a la atención recibida,

hacerle saber mediante hechos que si están siendo escuchados al aceptar y poner en funcionamiento la sugerencia dada o corrigiendo y mejorando a través de sus críticas constructivas

Redes sociales: también tendremos a sus disposiciones las redes sociales en las cuales ellos podrán comentar, compartir nuestras publicaciones o realizar alguna pregunta o inquietud a través de las redes sociales se realizarán promociones en fechas especiales o festividades de la ciudad.

### **Fuentes de ingreso**

La única fuente de ingreso que obtiene el emprendimiento es a través de las ventas de comidas rápidas en el propio local.

### **Activos para el funcionamiento del negocio**

- ✚ Talento humano: El establecimiento contara con 4 personas capacitadas las cuales brindaran un servicio de calidad.
- ✚ Activos del negocio: los activos con los que contará Comidas Rápidas JL se detallan de la siguiente manera:

**Tabla 35:** Maquinaria y equipo de cocina

<b>Maquinarias y equipos de cocina</b>				
Freidora industrial	Unidad	1	750,00	750,00
Refrigerador	Unidad	1	450,00	450,00
Cilindro de gas	Unidad	2	40,00	80,00
Campana extractora	Unidad	1	250,00	250,00
Mesa	Unidad	1	150,00	150,00
Percha	Unidad	1	40,00	40,00
Botes de basura 240L	Unidad	2	80,00	160,00
Canastilla para freír	Unidad	2	35,00	70,00
Tabla de picar	Unidad	2	10,00	20,00
Colador	Unidad	2	2,50	5,00

Recipientes metálicos	Unidad	3	15,00	45,00
Cortador de papas	Unidad	1	8,00	8,00
Garrafón de agua	Unidad	2	6,00	12,00
Gavetas	Unidad	3	10,00	30,00
Jarra	Unidad	2	3,35	6,70
Pelador de frutas	Unidad	1	20,00	20,00
Set de recipientes 30 piezas	Unidad	1	15,00	15,00
Set de cuchillos 8 piezas	Unidad	1	30,00	30,00
Afilador	Unidad	1	2,00	2,00
Espátula	Unidad	2	6,00	12,00
Escurreidor de platos	Unidad	2	10,00	20,00
Dispensador de agua	Unidad	1	30,00	30,00
vasos de vidrio docena	Unidad	5	10,00	50,00
Platos tendidos docena	Unidad	5	30,00	150,00
Platos hondo	Unidad	12	1,45	17,40
Servilletero	Unidad	10	1,00	10,00
Escoba	Unidad	3	2,00	6,00
Trapeador giratorio con cubeta	Unidad	2	10,00	20,00
Congeladores	Unidad	2	500,00	1.000,00
Exprimidor	Unidad	1	50,00	50,00
Tostadora	Unidad	1	120,00	120,00
Licuadora	Unidad	3	35,00	105,00
<b>Total</b>				<b>3.734,10</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36: Equipos de atención al cliente

Equipos de atención al cliente				
Juego de comedor 4 puestos	Unidad	5	175,00	875,00
Juego de comedor 6 puestos	Unidad	5	180,00	900,00
Aire Acondicionado	Unidad	2	300,00	600,00
Tachos de basura	Unidad	3	40,00	120,00
Televisor	Unidad	1	360,00	360,00
Caja registradora	Unidad	1	400,00	400,00
Sillas	Unidad	3	7,00	21,00
Teléfonos	Unidad	1	29,00	29,00
<b>Total</b>				<b>3.305,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37: Equipos y suministros de oficina

<b>Equipos y Suministros de oficina</b>				
Perforadora	Unidad	1	5,00	5,00
Laptop	Unidad	1	500,00	500,00
Impresora múltiple	Unidad	1	280,00	280,00
Grapadoras	Caja	1	5,00	5,00
Resma de papel A4	Unidad	2	3,80	7,60
Esferográficos	Caja	1	2,50	2,50
Lápiz	Caja	1	2,50	2,50
Escritorio	Unidad	1	250,00	250,00
Silla giratoria	Unidad	1	75,00	75,00
Grapas	Caja	1	2,00	2,00
<b>Subtotal</b>				<b>1.129,60</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### **Actividades del negocio**

El siguiente emprendimiento realizará las siguientes actividades para su funcionamiento

- Preparación de comidas rápidas
- Compra de artículos y utensilios de cocina
- Compras y abastecimiento de insumos para preparar la comida
- Adecuación y decoración del local
- Promoción y venta de comida rápida

### **Red de socios**

Comidas Rápidas “JL” contará con varios proveedores que se detallan a continuación

- ✚ Proveedor de Internet: Es una empresa de internet situada en Vinces y cuenta con planes de internet muy económicos



- ✚ Proveedor de materia prima e insumos: Supermercado Dismero está situado en Babahoyo y vende productos al por mayor y menor, mientras que supermercados Escobar realiza la misma actividad y está situado en Vinces



- ✚ Proveedor de muebles y enseres: DISTRIMASS es una empresa que vende una gran variedad de productos, ya sea muebles, decoración o electrodomésticos



- ✚ Proveedor de utensilios: DISTRIMASS es una empresa que vende una alta gama de productos al por mayor y Kutiy Allpa vende utensilios biodegradables hechos a base de almidón de maíz



- ✚ Proveedor de Electrodomésticos:  
Para los

electrodomésticos está DISTRIMASS que también ofrece estos productos y FmStore que es una empresa similar a DISTRIMASS ambas empresas están en la Ciudad de Guayaquil



- ✚ Institución financiera: La Institución financiera que va a proveer el crédito para el funcionamiento del emprendimiento será BanEcuador



### Estructura de costos

Los que tendrá  
los siguientes:

**Tabla 38:** Estructura de costos

DETALLE	VALOR MENSUAL
Remuneraciones	2.556,83
Servicios básicos	60,00
Internet	25,00
Telefonía	6,00
Tv cable	30,00
Aseo	10,00
Alquiler	600,00
Papelería	10,00
Marketing y Publicidad	12,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.309,83</b>

Comidas rápidas JL son

**Fuente:** Elaboración propia



## Capítulo IV. Estudios de Factibilidad del Emprendimiento

Según (Almaguer, Marrero, & Rodríguez) El estudio de factibilidad es el análisis que realiza la empresa para determinar si el negocio que se propone será rentable o no, y que condiciones debe desarrollar para que sea exitoso. (2009)

### Factibilidad Técnica

Comidas Rápidas JL contará con insumos para la preparación de los alimentos que se pueden encontrar en el mercado local, esto evitará los gastos por transporte o traslado a partes lejanas mientras que los muebles y enseres que ocupa el local se pueden encontrar a nivel nacional por lo tanto también se evita el gasto de importación. A continuación, se detalla el costo de los insumos en el capital de trabajo.

**Tabla 39:**  
trabajo

Capital de Trabajo		
Insumo	Unidad	Costo
Abastos	Semanal	1.378,92
Envases	Mensual	161,20
Frutas	Semanal	160,00
Vegetales	Semanal	296,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>1.996,12</b>

Capital de

**Fuente:** Elaboración propia

### Macro localización

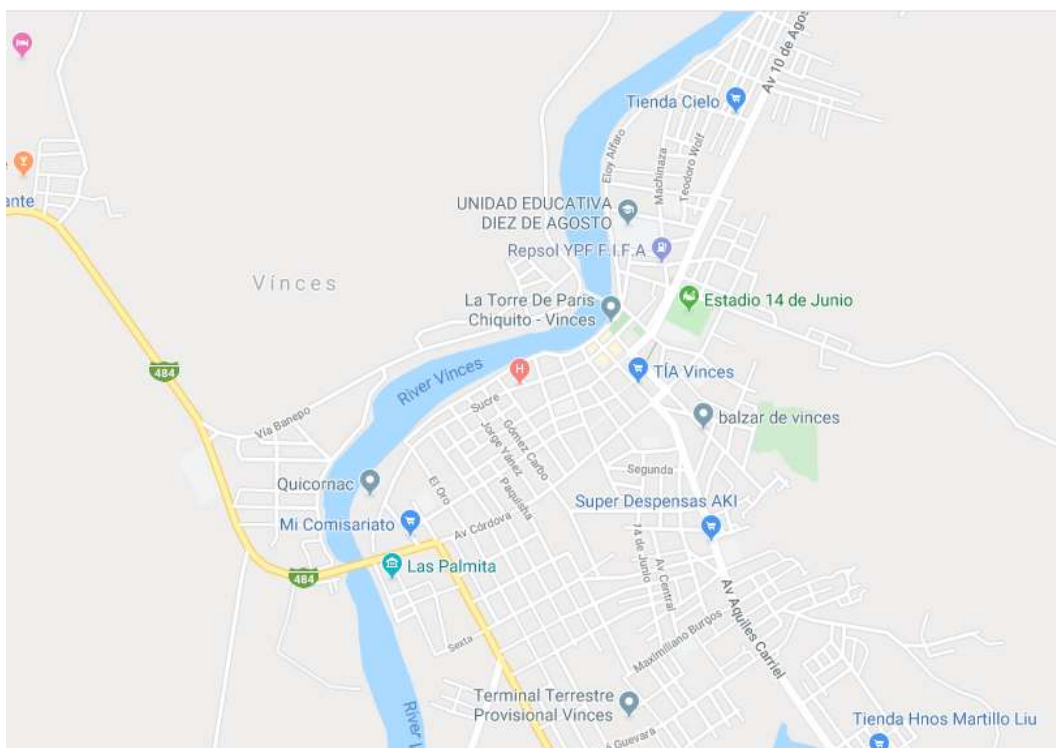
Comidas rápidas JL estará establecido en la provincia de los Ríos en la ciudad de Vinces

**Ilustración 24:** Macro localización



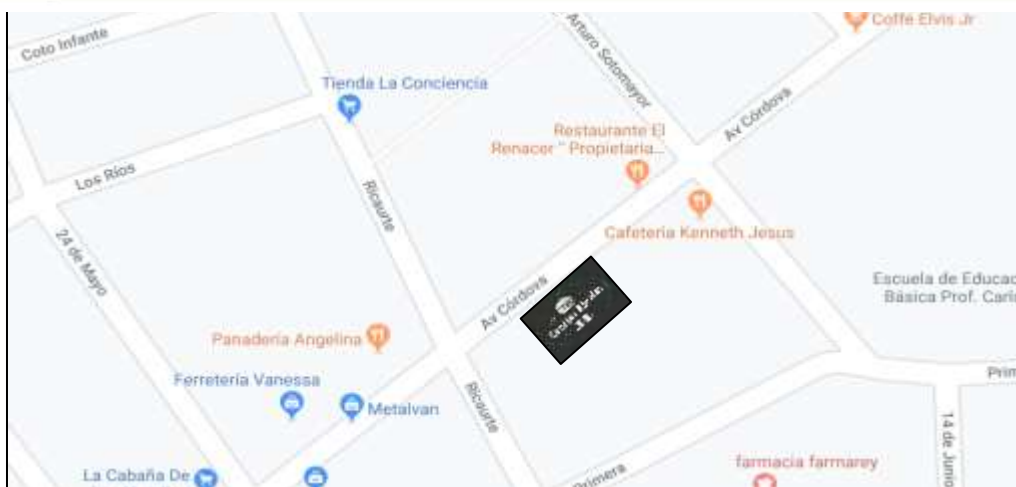
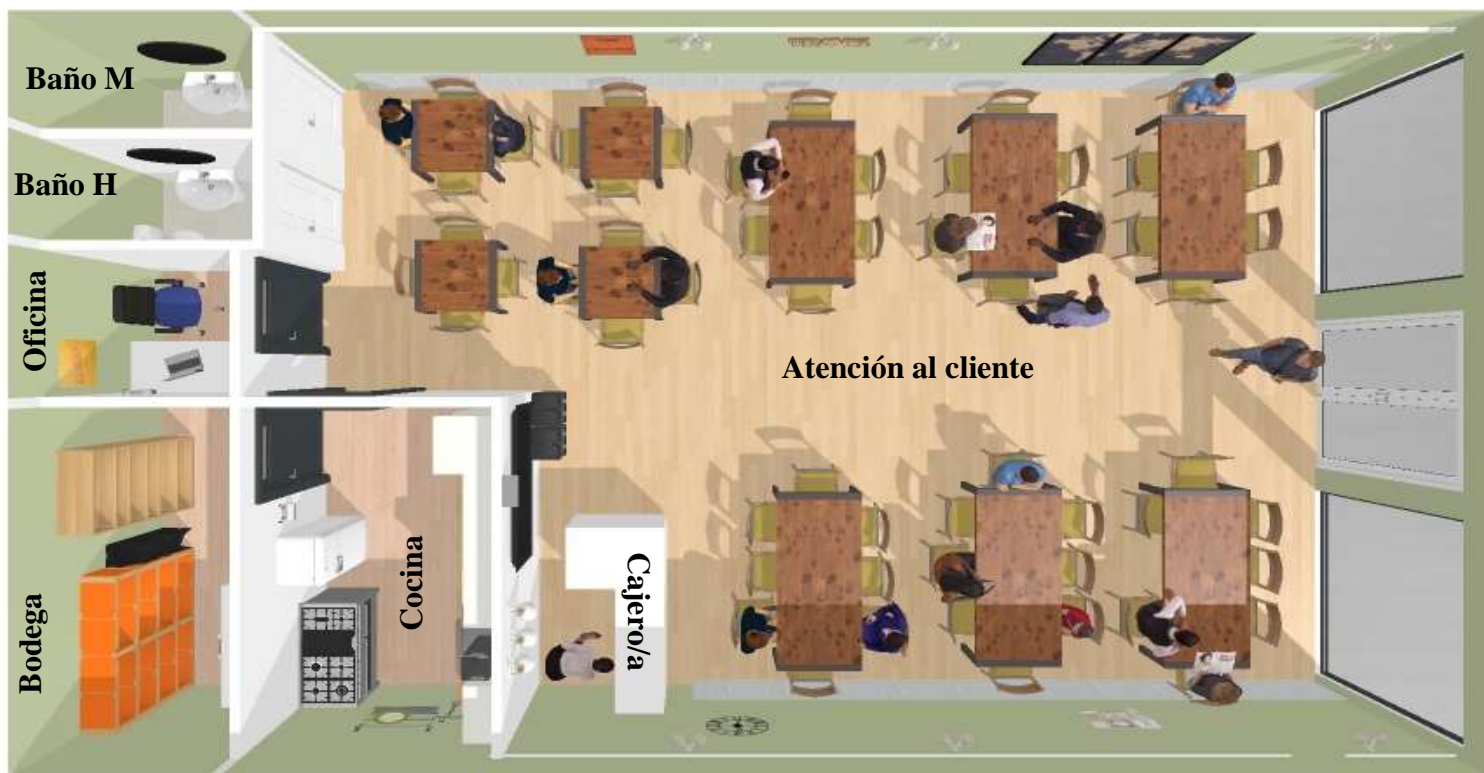
### Micro localización

El local estará en la Av. Córdova entre Ricaurte y Cesar Sotomayor. Una avenida muy transitada a cualquier hora del día.



**Ilustración 25:** Micro localización

## Comidas Rápidas "JL"





## Factibilidad Financiera

Tabla 40: Inversión Inicial

### INVERSION INICIAL DEL PROYECTO

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>Infraestructura</b>				
Alquiler del local	Unidad	1	600,00	600,00
Adecuación e instalaciones	Unidad	1	1.500,00	1.500,00
<b>Subtotal</b>				<b>2.100,00</b>
<b>Maquinarias y equipos de cocina</b>				
Freidora industrial	Unidad	1	750,00	750,00
Refrigerador	Unidad	1	450,00	450,00
Cilindro de gas	Unidad	2	40,00	80,00
Campana extractora	Unidad	1	250,00	250,00
Mesa	Unidad	1	150,00	150,00
Percha	Unidad	1	40,00	40,00

Botes de basura 240L	Unidad	2	80,00	160,00
Canastilla para freír	Unidad	2	35,00	70,00
Tabla de picar	Unidad	2	10,00	20,00
Colador	Unidad	2	2,50	5,00
Recipientes metálicos	Unidad	3	15,00	45,00
Cortador de papas	Unidad	1	8,00	8,00
Garrafón de agua	Unidad	2	6,00	12,00
Gavetas	Unidad	3	10,00	30,00
Jarra	Unidad	2	3,35	6,70
Pelador de frutas	Unidad	1	20,00	20,00
Set de recipientes 30 piezas	Unidad	1	15,00	15,00
Set de cuchillos 8 piezas	Unidad	1	30,00	30,00
Afilador	Unidad	1	2,00	2,00
Espátula	Unidad	2	6,00	12,00
Escurreidor de platos	Unidad	2	10,00	20,00
Dispensador de agua	Unidad	1	30,00	30,00
vasos de vidrio docena	Unidad	5	10,00	50,00
Platos tendidos docena	Unidad	5	30,00	150,00
Platos hondo	Unidad	12	1,45	17,40
Servilletero	Unidad	10	1,00	10,00
Escoba	Unidad	3	2,00	6,00
Trapeador giratorio con cubeta	Unidad	2	10,00	20,00
Congeladores	Unidad	2	500,00	1.000,00
Exprimidor	Unidad	1	50,00	50,00
Tostadora	Unidad	1	120,00	120,00
Licuadaora	Unidad	3	35,00	105,00

**Subtotal****3.734,10****Equipos de atención al cliente**

Juego de comedor 4 puestos	Unidad	5	175,00	875,00
Juego de comedor 6 puestos	Unidad	5	180,00	900,00
Aire Acondicionado	Unidad	2	300,00	600,00
Tachos de basura	Unidad	3	40,00	120,00
Televisor	Unidad	1	360,00	360,00
Caja registradora	Unidad	1	400,00	400,00
Sillas	Unidad	3	7,00	21,00
Teléfonos	Unidad	1	29,00	29,00

**Subtotal****3.305,00****Equipos y Suministros de oficina**

Perforadora	Unidad	1	5,00	5,00
Laptop	Unidad	1	500,00	500,00
Impresora múltiple	Unidad	1	280,00	280,00

Grapadoras	Caja	1	5,00	5,00
Resma de papel A4	Unidad	2	3,80	7,60
Esferográficos	Caja	1	2,50	2,50
Lápiz	Caja	1	2,50	2,50
Escritorio	Unidad	1	250,00	250,00
Silla giratoria	Unidad	1	75,00	75,00
Grapas	Caja	1	2,00	2,00
<b>Subtotal</b>				<b>1.129,60</b>
<b>Investigación y desarrollo</b>				
Patente	Unidad	1	100,00	100,00
<b>Subtotal</b>				<b>100,00</b>
<b>Gastos de Constitución</b>				
Constitución de la compañía	Unidad	1	500,00	500,00
<b>Subtotal</b>				<b>500,00</b>
<b>Capital de trabajo</b>				
Abastos	semanal	4	344,73	1.378,92
Frutas	semanal	4	40,00	160,00
envases	mensual	1	161,20	161,20
Vegetales	semanal	4	74,00	296,00
<b>Subtotal</b>				<b>1.996,12</b>
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>12.864,82</b>

Tabla 41: Remuneraciones

REMUNERACIONES					
CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	550,00	207,99	757,99	9.095,90
Cocinero	1	490,00	188,80	678,80	8.145,62
Ayudante de cocina	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
Mesero	1	400,00	160,02	560,02	6.720,20
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>			<b>2.556,83</b>	<b>30.681,92</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42: Beneficios sociales

BENEFICIOS SOCIALES		
CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS

		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Gerente	550,00	45,83	32,08	45,83	61,33	22,92	207,99
Cocinero	490,00	40,83	32,08	40,83	54,64	20,42	188,80
Ayudante de cocina	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02
Mesero	400,00	33,33	32,08	33,33	44,60	16,67	160,02

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43: Amortización

AMORTIZACIÓN				
CUOTA FIJA				
MONTO INICIAL	20.000,00			
PLAZO	5			
GRACIA TOTAL				
GRACIA PARCIAL	0			
INTERES NOMINAL	15,30%			
PERIODO DE PAGO	Mensual			
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	20.000,00	255,00	223,95	478,95
2	19.776,05	252,14	226,81	478,95
3	19.549,24	249,25	229,70	478,95
4	19.319,54	246,32	232,63	478,95
5	19.086,91	243,36	235,60	478,95
6	18.851,31	240,35	238,60	478,95
7	18.612,71	237,31	241,64	478,95
8	18.371,07	234,23	244,72	478,95
9	18.126,35	231,11	247,84	478,95
10	17.878,50	227,95	251,00	478,95
11	17.627,50	224,75	254,20	478,95
12	17.373,30	221,51	257,44	478,95
13	17.115,85	218,23	260,73	478,95
14	16.855,13	214,90	264,05	478,95
15	16.591,07	211,54	267,42	478,95
16	16.323,66	208,13	270,83	478,95
17	16.052,83	204,67	274,28	478,95
18	15.778,55	201,18	277,78	478,95
19	15.500,77	197,63	281,32	478,95
20	15.219,45	194,05	284,91	478,95
21	14.934,55	190,42	288,54	478,95
22	14.646,01	186,74	292,22	478,95
23	14.353,79	183,01	295,94	478,95
24	14.057,85	179,24	299,72	478,95
25	13.758,13	175,42	303,54	478,95

26	13.454,59	171,55	307,41	478,95
27	13.147,19	167,63	311,33	478,95
28	12.835,86	163,66	315,30	478,95
29	12.520,56	159,64	319,32	478,95
30	12.201,25	155,57	323,39	478,95
31	11.877,86	151,44	327,51	478,95
32	11.550,35	147,27	331,69	478,95
33	11.218,66	143,04	335,92	478,95
34	10.882,74	138,75	340,20	478,95
35	10.542,55	134,42	344,54	478,95
36	10.198,01	130,02	348,93	478,95
37	9.849,08	125,58	353,38	478,95
38	9.495,70	121,07	357,88	478,95
39	9.137,82	116,51	362,45	478,95
40	8.775,37	111,89	367,07	478,95
41	8.408,30	107,21	371,75	478,95
42	8.036,55	102,47	376,49	478,95
43	7.660,07	97,67	381,29	478,95
44	7.278,78	92,80	386,15	478,95
45	6.892,63	87,88	391,07	478,95
46	6.501,56	82,89	396,06	478,95
47	6.105,50	77,85	401,11	478,95
48	5.704,39	72,73	406,22	478,95
49	5.298,17	67,55	411,40	478,95
50	4.886,76	62,31	416,65	478,95
51	4.470,12	56,99	421,96	478,95
52	4.048,16	51,61	427,34	478,95
53	3.620,82	46,17	432,79	478,95
54	3.188,03	40,65	438,31	478,95
55	2.749,72	35,06	443,89	478,95
56	2.305,83	29,40	449,55	478,95
57	1.856,27	23,67	455,29	478,95
58	1.400,99	17,86	461,09	478,95
59	939,89	11,98	466,97	478,95
60	472,92	6,03	472,92	478,95
		<b>8.737,23</b>	<b>20.000,00</b>	<b>28.737,23</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44: Depreciación

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Freidora industrial	750,00	75,00	10	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50
Congeladores	1.000,00	100,00	10	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00



Campana extractora	250,00	25,00	10	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50
Mesa	150,00	15,00	10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Percha	40,00	4,00	10	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60
Refrigerador	450,00	45,00	10	40,50	40,50	40,50	40,50	40,50
Botes de basura de 240L	160,00	16,00	10	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40
Botes de basura de 120L	120,00	12,00	10	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80
Recipientes metálicos	45,00	4,50	10	4,05	4,05	4,05	4,05	4,05
Canastilla de freír	70,00	7,00	10	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30
Set de recipientes	15,00	1,50	10	1,35	1,35	1,35	1,35	1,35
Escritorio	140,00	14,00	10	12,60	12,60	12,60	12,60	12,60
Silla giratoria	60,00	6,00	3	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
sillas	21,00	2,10	10	1,89	1,89	1,89	1,89	1,89
Aire acondicionado	600,00	60,00	10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Exprimidor	50,00	5,00	10	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
Tostadora	120,00	12,00	10	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80
Licuadora	105,00	10,50	10	9,45	9,45	9,45	9,45	9,45
Juego de comedor 6 puestos	900,00	90,00	10	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00
Juego de comedor 4 puestos	875,00	87,50	10	78,75	78,75	78,75	78,75	78,75
Caja registradora	400,00	40,00	10	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
televisor	360,00	36,00	10	32,40	32,40	32,40	32,40	32,40
Impresora	200,00	66,00	3	44,67	44,67	44,67	44,67	44,67
Laptop	360,00	118,80	3	80,40	80,40	80,40	80,40	80,40
Teléfonos	29,00	2,90	3	8,70	8,70	8,70	8,70	8,70
<b>TOTAL</b>		<b>855,80</b>		<b>747,66</b>	<b>747,66</b>	<b>747,66</b>	<b>747,66</b>	<b>747,66</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45: Producción mensual

<b>PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	
	<b>Mes</b>
Hamburguesas sencillas	616
Hamburguesas completas	336
Hot-dogs	476
Papi-pollos	336
Tostadas	588
Jugos naturales	700

Gaseosas	560
Jugos envasados	504
Batidos	476

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 46:** Producción anual

<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Hamburguesas sencillas	7.392	8.501	8.870	8.501	9.610
Hamburguesas completas	4.032	4.637	4.838	4.637	5.242
Hot-dogs	5.712	6.569	6.854	6.569	7.426
Papi-pollos	4.032	4.637	4.838	4.637	5.242
Tostadas	7.056	8.114	8.467	8.114	9.173
Jugos naturales	8.400	9.660	10.080	9.660	10.920
Gaseosas	6.720	7.728	8.064	7.728	8.736
Jugos envasados	6.048	6.955	7.258	6.955	7.862
Batidos	5.712	6.569	6.854	6.569	7.426

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 47:** Costo de producción anual en dólares

<b>COSTO DE PRODUCCIÓN EN DOLARES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>2020 COSTO ANUAL</b>	<b>2021 COSTO ANUAL</b>	<b>2022 COSTO ANUAL</b>	<b>2023 COSTO ANUAL</b>	<b>2024 COSTO ANUAL</b>
Hamburguesas sencillas	0,70	5.174	5.951	6.209	5.951	6.727
Hamburguesas completas	1,30	5.242	6.028	6.290	6.028	6.814
Hot-dogs	0,41	2.342	2.693	2.810	2.693	3.044
Papi-pollos	1,27	5.121	5.889	6.145	5.889	6.657
Tostadas	0,29	2.046	2.353	2.455	2.353	2.660
Jugos naturales	0,31	2.604	2.995	3.125	2.995	3.385
Gaseosas	0,25	1.680	1.932	2.016	1.932	2.184
Jugos envasados	0,30	1.814	2.087	2.177	2.087	2.359
Batidos	0,32	1.828	2.102	2.193	2.102	2.376
<b>TOTAL ANUAL DE COSTOS</b>		<b>27.851</b>	<b>32.029</b>	<b>33.421</b>	<b>32.029</b>	<b>36.206</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 48:** Ventas mensuales

<b>VENTA MENSUAL</b>	<b>2020</b>
----------------------	-------------

Hamburguesas sencillas	616
Hamburguesas completas	336
Hot-dogs	476
Papi-pollos	336
Tostadas	588
Jugos naturales	700
Gaseosas	560
Jugos envasados	504
Batidos	476

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 49:** Venta anual

<b>VENTA ANUAL</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Hamburguesas sencillas	7.392	8.501	8.870	8.501	9.610
Hamburguesas completas	4.032	4.637	4.838	4.637	5.242
Hot-dogs	5.712	6.569	6.854	6.569	7.426
Papi-pollos	4.032	4.637	4.838	4.637	5.242
Tostadas	7.056	8.114	8.467	8.114	9.173
Jugos naturales	8.400	9.660	10.080	9.660	10.920
Gaseosas	6.720	7.728	8.064	7.728	8.736
Jugos envasados	6.048	6.955	7.258	6.955	7.862
Batidos	5.712	6.569	6.854	6.569	7.426

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 50:** Ventas anuales en dólares

<b>VENTA EN DOLARES</b>	<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
		<b>VENTA ANUAL</b>	<b>VENTA ANUAL</b>	<b>VENTA ANUAL</b>	<b>VENTA ANUAL</b>	<b>VENTA ANUAL</b>
Hamburguesas sencillas	1,50	11.088	12.751	13.306	12.751	14.414
Hamburguesas completas	2,50	10.080	11.592	12.096	11.592	13.104
Hot-dogs	1,25	7.140	8.211	8.568	8.211	9.282
Papi-pollos	2,50	10.080	11.592	12.096	11.592	13.104
Tostadas	1,00	7.056	8.114	8.467	8.114	9.173
Jugos	1,50	12.600	14.490	15.120	14.490	16.380
Gaseosas	0,50	3.360	3.864	4.032	3.864	4.368
Jugos envasados	0,50	3.024	3.478	3.629	3.478	3.931
Batidos	1,25	7.140	8.211	8.568	8.211	9.282
<b>TOTAL DE VENTAS ANUALES</b>		<b>71.568</b>	<b>82.303</b>	<b>85.882</b>	<b>82.303</b>	<b>93.038</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 51:** Gastos administrativos y ventas

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Remuneraciones	2.556,83	30.681,92
Servicios básicos	60,00	720,00
Internet	25,00	300,00
Telefonía	6,00	72,00
Tv cable	30,00	360,00
Aseo	10,00	120,00
Papelería	10,00	120,00
Marketing y Publicidad	12,00	144,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.709,83</b>	<b>32.517,92</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 52:** Flujo de caja

DETALLE	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por venta		71.568,00	82.303,20	85.881,60	82.303,20	93.038,40
Costo de Producción		-27.851,04	-32.028,70	-33.421,25	-32.028,70	-36.206,35
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>43.716,96</b>	<b>50.274,50</b>	<b>52.460,35</b>	<b>50.274,50</b>	<b>56.832,05</b>
Gastos administrativos y de ventas		-32.517,92	-32.517,92	-32.517,92	-32.517,92	-32.517,92
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>11.199,04</b>	<b>17.756,58</b>	<b>19.942,43</b>	<b>17.756,58</b>	<b>24.314,13</b>
Depreciación		-747,66	-747,66	-747,66	-747,66	-747,66
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>		<b>10.451,38</b>	<b>17.008,93</b>	<b>19.194,78</b>	<b>17.008,93</b>	<b>23.566,47</b>
Gastos de intereses		-2.863,30	-2.389,73	-1.838,39	-1.196,53	-449,28
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS 15% PT</b>		<b>7.588,08</b>	<b>14.619,20</b>	<b>17.356,38</b>	<b>15.812,39</b>	<b>23.117,19</b>
15% participación de trabajadores		1.138,21	2.192,88	2.603,46	2.371,86	3.467,58
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS 25% IR</b>		<b>6.449,87</b>	<b>12.426,32</b>	<b>14.752,92</b>	<b>13.440,53</b>	<b>19.649,61</b>
25% de impuesto		-1.612,47	-3.106,58	-3.688,23	-3.360,13	-4.912,40
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>8.838,92</b>	<b>13.902,35</b>	<b>15.506,54</b>	<b>13.648,79</b>	<b>18.654,07</b>
Depreciación		747,66	747,66	747,66	747,66	747,66

**INVERSION**

Investigación y Desarrollo	-100,00					
Gastos de constitución	-500,00					
Maquinarias y equipos de cocina	-3.734,10					-3.734,10
Infraestructura	-2.100,00					
Equipos	-3.305,00			-3.305,00		
Suministros de oficina	-1.129,60					
Capital de Trabajo	-1.996,12	-1.996,12	-1.996,12	-1.996,12	-1.996,12	
Recuperación del capital de trabajo						1.996,12
Amortización de la inversión		-2.884,15	-3.357,72	-3.909,05	-4.550,91	-5.298,17
Amortización de los Gastos de constitución		-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00
Amortización de Inversión y Desarrollo		-20,00	-20,00	-20,00	-20,00	-20,00
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-12.864,82</b>	<b>4.586,30</b>	<b>9.176,16</b>	<b>6.924,03</b>	<b>7.729,42</b>	<b>12.245,58</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 53:** VAN - TIR

	2020	2021	2022	2023	2024
$VAN = -I_0 + \frac{f_1}{(1+i)^1} + \frac{f_2}{(1+i)^2} + \frac{f_3}{(1+i)^3} + \frac{f_4}{(1+i)^4} + \frac{f_5+V_s}{(1+i)^5}$					
$VAN = -12.864,82 + \frac{4.586,30}{1,153} + \frac{9.176,16}{1,329409} + \frac{6.924,03}{1,532808577} + \frac{7.729,42}{1,767328289} + \frac{13.101,38}{2,037729518}$					
$VAN = -12.864,82 + 3.977,71 + 6.902,44 + 4.517,22 + 4.373,50 + 6.429,40$					
<b>VAN= 13.335,45</b>					
				<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>15%</b>

TIR= 48%

Tabla de la	AÑOS	FLUJOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO	54: Periodo recuperación inversión
	AÑO 0	-12.864,82				
	2020	4.586,30	1,153	3.977,71	3.977,71	
	2021	9.176,16	1,329409	6.902,44	10.880,15	
	2022	6.924,03	1,532808577	4.517,22	15.397,37	
	2023	7.729,42	1,767328289	4.373,50	19.770,87	
	2024	12.245,58	2,037729518	6.009,42	25.780,30	

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION = 2 AÑOS 5 MESES 8 DÍAS

Tabla 55: Relación

beneficio costo

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{26.200,27}{12.864,82}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = 2,04$$

Fuente: Elaboración propia

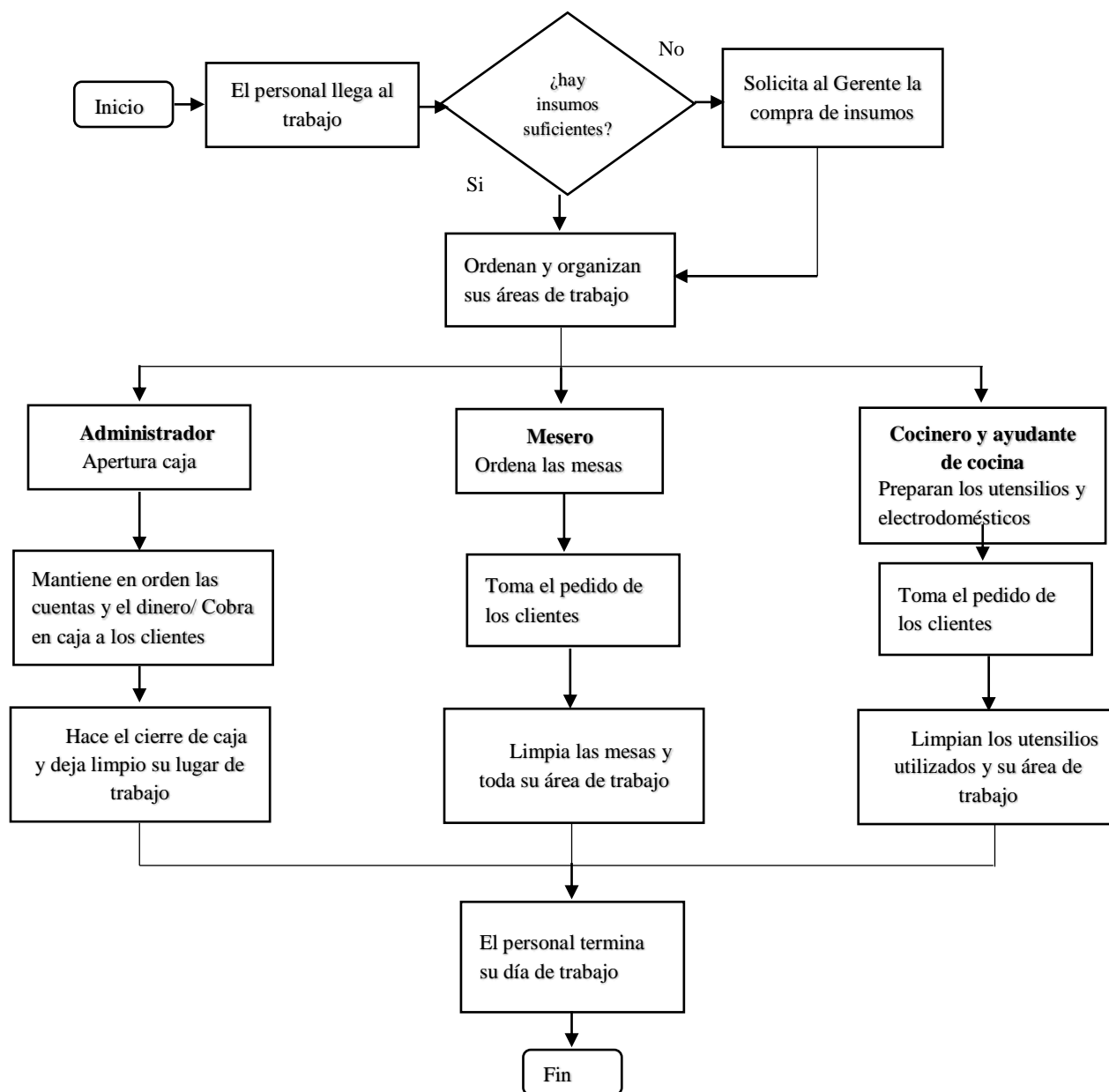
Se observa en la factibilidad financiera un VAN mayor a 0 lo cual demuestra que el emprendimiento es aceptable en términos financiero otra herramienta es el TIR que da un 48% frente a un 15% de tasa de descuento, si se resta esta tasa de interés se obtiene un 33% neto un porcentaje aceptable de beneficio que tendrá el negocio.

En relación beneficio costo podemos observar que por cada dólar invertido se obtiene \$2,04 de los cuales \$1.04 son netos. El periodo de recuperación del proyecto es de 2 años 5 meses y 2 días, la recuperación se mantiene dentro de las políticas de calidad la cual se estableció en recuperar la inversión en 3 años.

**Factibilidad Operativa**

Este negocio contara con un desempeño operativo eficaz ya que cuenta con un flujo de proceso que muestra desde principio a fin cada una de los pasos a seguir en la atención del cliente

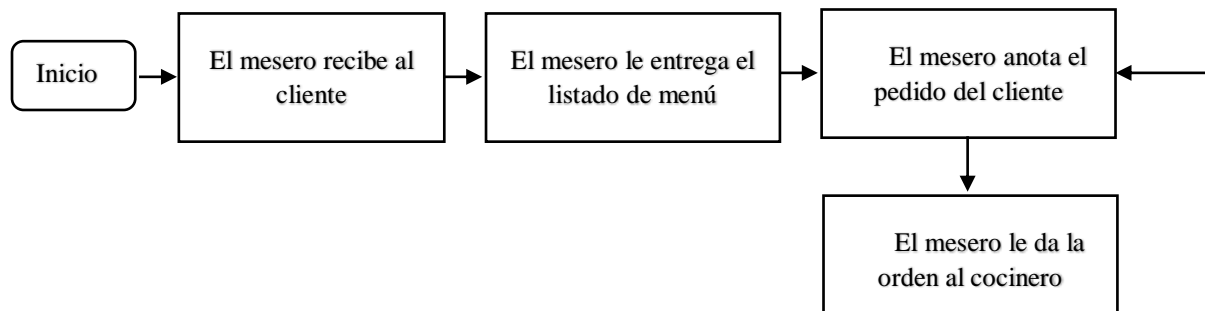
**Proceso de Funcionamiento**



**Ilustración 26:**Proceso de funcionamiento

### Proceso de atención al cliente

**Ilustración 27:** Proceso de atención al cliente





**Fuente:** Elaboración propia

### **Factibilidad Ambiental**

#### **Envases Biodegradables**

Para la preservación del medio ambiente el local no usa los envases de plásticos que normalmente se comercializa, sino que realiza la compra de vasos, sorbetes y platos

biodegradables hechos a base de almidón de maíz que comercializa la empresa Biodegradable Ecuador “Kutiy Allpa“ esta empresa ofrece una varios envases para todo tipo de negocio, estos envases ayudan a la disminución de desechos tóxicos ya que son 100% elaborados con materiales orgánicos y esto garantiza su desintegración en 180 días aproximadamente, mientras que el plástico tradicional se desintegra en 150 años aproximadamente.

**Ilustración 28:** Envases Biodegradables



**Fuente:** Elaboración propia

### **Manejo de residuos**

Todos los residuos que genere el local no serán arrojados a la calle, se mantendrán en un lugar hasta que pase el recolector de basura, quienes tienen un horario de recolección impuesto por la

Municipalidad de Vinces, dichos desperdicios estarán clasificados por su composición como lo ordenan las ONG que se dedican al cuidado del medio ambiente.

Se contará con contenedores para clasificar la basura en: plásticos, orgánicos, cartón y papelería con el fin de dar ejemplo a los clientes que la basura debe ser clasificada ya que de esta forma cada uno de ellos pueden ser reutilizados dependiendo su material de construcción.

Se apoyará y fomentará las campañas de cuidado con el medio ambiente que realice la



ciudadanía vinceña.

### **Campañas de cuidado del medio ambiente**

Comidas Rápidas “JL” buscara concientizar a los clientes con el cuidado del medio ambiente por lo tanto apoyara a las campañas de concientización que realice la Municipalidad de Vinces o



alguna organización que inicie y fomente la preservación del medio ambiente.

Al crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente, se está apoyando el objetivo sostenible número 13 impuesto por las Naciones Unidas que trata sobre Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (unidas, 2019).

### **Factibilidad Social**

Comidas rápidas “JL” es factible debido a que está enfocado a brindar un servicio a una necesidad básica que tiene toda persona, estas personas pueden no solamente degustar de una buena comida sino también de un buen lugar, con un ambiente acogedor donde puede disfrutar con familiares y amigos, realizar reuniones o celebraciones.

A su vez el emprendimiento beneficia a un grupo de personas en lo económico porque se da empleo a personas para así poder llevar el sustento de sus familias

También se comparten con los objetivos del plan de desarrollo “toda una vida”. El objetivo 1.7 trata sobre garantizar el trabajo digno y la seguridad social, el personal contratado va a gozar de todos los beneficios de ley impuesto por el Ministerio de trabajo en el código de Trabajo.

Otro objetivo que se asocia al emprendimiento es el 1.16 Promover la protección de los derechos de usuarios y consumidores de bienes y servicios.

También en la factibilidad social están los objetivos sostenibles de las Naciones Unidas, uno de ellos es el objetivo 8 Promover el crecimiento económico sostenido, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (unidas, 2019).

## **Conclusiones**

A través de la encuesta realizada a una muestra de la población vinceña se pudo determinar que si existe un interés por parte de la ciudadanía a este emprendimiento, que si son capaces de convertirse en clientes reales y que si recomendarían el local a otras personas de esta manera ayudarían a posicionarse en la mente de más consumidores como un local de comida rápidas en el cual se puede disfrutar de buena comida y de un lugar agradable.

Podemos determinar que, a través de las factibilidades y las herramientas VAN – TIR - RBC, que el negocio brinda con todos los requisitos para su funcionamiento y para generar ingresos, lo cual es la finalidad de todo emprendimiento, Comidas rápidas “JL” se diferencia de la competencia debido a que cuenta con un local que brinda todo lo que un cliente por lo general busca, buena comida, atención de calidad y un buen ambiente.

### **Recomendaciones**

Se recomienda que el gobierno y las entidades financieras apoyen a los emprendimientos que empiezan desde cero, con asesoramiento y guía, no basta con brindar el apoyo financiero sino de realizar capacitación al emprendedor y que sepa cómo invertir ese dinero para obtener utilidades, hoy en día una muchos emprendimientos fracasan debido a que no tienen el conocimiento sobre inversión, rentabilidad y terminan endeudados con la entidad financiera que les dio el crédito.

Si algún familiar o amigo decide emprender un negocio brindarle todo el apoyo para que siga adelante, se le puede ayudar recomendando a otras personas el negocio para que este genere más publicidad y sea más conocido.

Las personas deben emprender sus propios negocios para generar un ingreso extra al ingreso que tiene de su trabajo tradicional el cual no saben hasta cuando les va a durar, esto no solo les beneficia a ellos, sino que ayuda a generar empleo lo cual beneficia a varias familias, también activa la matriz productiva del país.

## Bibliografía

- Almaguer, D. R., Marrero, A. S., & Rodríguez, Y. D. (2009). ETAPAS DEL ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD. COMPENDIO BIBLIOGRÁFICO. *Contribuciones a la Economía*.
- Bueno, M. C. (2018 de Junio de 2018). *Blog de la calidad*. Obtenido de <https://blogdelacalidad.com/que-es-la-politica-de-calidad/>
- Cafferri, C. (01 de Noviembre de 2019). *About español*. Obtenido de <https://www.aboutespanol.com/que-es-el-foda-2480179>
- Gastronomia, D. d. (11 de 04 de 2011). *Diario de Gastronomía*. Obtenido de <https://diariodegastronomia.com/el-primer-restaurante-de-comida-rapida/>
- Mendez, D. (16 de Agosto de 2018). *Economía simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/isologotipo>
- Moneo, J. A., Sirgado, M. R., & Lamas, Á. (Agosto de 2011). *Abc*. Obtenido de <https://www.abc.es/gestordocumental/uploads/Sociedad/comida-rapida.pdf>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2012). *Tu modelo de negocio*. Barcelona: Grupo Planeta Spain.
- Silver, Y. (26 de Diciembre de 2018). *entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/269060>
- unidas, N. (13 de Agosto de 2019). *Onu org*. Obtenido de <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- Uranda. (05 de Junio de 2019). *Cocineando*. Obtenido de <https://cocineandocom.wpcomstaging.com/2019/06/05/comida-rapida-origenes-evolucion-ventajas-y-desventajas/>

Vilaplana, M. (2002). Comida Rápida ¿una alternativa a la alimentación convencional? *Offarm*,  
112.



## Anexos

### Encuestas



**Universidad Técnica de Babahoyo**  
**Facultad de Administración, finanzas e informática**  
**Ingeniería Comercial**



Encuesta a los ciudadanos de Vinges sobre la creación de un local de comidas rápidas en la ciudad de Vinges.

### Comidas Rápidas “JL”

**Objetivo:** Dar a conocer la factibilidad de crear un local de comidas rápidas en la Ciudad de Vinges.

1.- ¿En qué rango de edad se encuentra?

- 17-25
- 26-30
- 31-40
- Más de 40

2.- ¿Qué tipo de lugares visita usted cuando come fuera de su casa?

- Restaurante
- Chifa
- Marisquería
- Asadero
- Otro

3.- ¿Con que frecuencia visita un restaurante?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

4.- ¿En qué horario usted frecuenta ir a comer en un restaurante?

Desayuno

Almuerzo

Cena/Merienda

5.- ¿Qué tipo de comida usted consumiría en un restaurante?

Comida Gourmet

Comida Rápida (hot-dogs, Hamburguesas, Tostadas, etc.)

Comida China

Platos típicos de la región

Otros

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un restaurante de comida rápida?

\$2 - \$4 dólares

\$5 - \$7 dólares

\$8 - \$10 dólares

\$11 dólares en adelante

7.- ¿Qué factores influyen al momento de elegir un restaurante?

Buena atención

Buena sazón

Precio

Ambiente agradable

Ubicación

8.- ¿Con que frecuencia usted come comidas rápidas (hot-dogs, Hamburguesas, tostadas, papas)?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

9.- ¿Cómo calificaría la atención recibida en los restaurantes existentes en la ciudad?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

10.- ¿En los restaurantes que usted frecuenta comer cuentan con un espacio amplio y acogedor en los cuales pasar un rato agradable con familiares y amigos?

Sí  No

11.- ¿Cuál es el motivo por el cual usted come en un restaurante?

- Por necesidad
- Por ocio
- Por un encuentro social
- Experiencia
- otros

12.- ¿Le gustaría a usted que se abriera un local de comidas rápidas con buena atención y ambiente agradable en la ciudad de Vinces?

Sí  No

13.- ¿Cuántas veces a la semana usted comería en Comidas Rápidas “JL”?

5 o más veces  4 veces  3 veces  2 veces  una vez

14.- ¿Recomendaría este restaurante a familiares y amigos?

Sí  No

15.- ¿Le gustaría que en los restaurantes existiera el servicio de wifi?

Sí  No

16.- ¿le gustaría que en los restaurantes se pueda ver a simple vista el menú con sus precios?

Sí  No

17.- Respecto a la atención al cliente ¿Cuál considera que es el aspecto más importante?

Rapidez

Amabilidad

Higiene

Respeto

Profesionalismo

18.- ¿considera usted importante la implementación de aires acondicionados en un restaurante?

Sí  No

19.- ¿con que frecuencia usted revisa las redes sociales?

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi nunca

Nunca

20.- ¿Nos ayudaría comentando, calificando y compartiendo las publicaciones que se realicen en redes sociales sobre “comidas rápidas JL”?

Sí  No