



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y BIENESTAR.
CARRERA DE ECONOMIA

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ECONOMÍA.**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UN LOCAL DE COMIDA
RAPIDA “TRAKAS” EN LA PARROQUIA LOS ESTEROS DE MANTA”.**

ELABORADO POR:

Anayely Jamileth Mendoza Pacheco

DIRECTOR:

Econ. Frank Valencia

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Declaro, que la presente investigación, cuyo tema es: **"Estudio de factibilidad para implementar un local de comida rápida "TRAKAS" en la parroquia Los Esteros de Manta"**, es un trabajo que fue investigado y realizado en su totalidad por mi persona Mendoza Pacheco Anayely Jamileth, cumpliendo con todas las exigencias requeridas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar y la carrera de Economía.

La responsabilidad de los hechos, opiniones e ideas presentadas en este estudio, corresponden exclusivamente al autor y el patrimonio intelectual de la investigación pertenecerá a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí.

Manta, 13 febrero de 2026.

Anayely Mv

Anayely Jamileth Mendoza Pacheco

131533994-3

Dedicatoria

“Dedico esta tesis a las personas que han sido el latido de mi corazón, el aliento de mi alma y la luz de mi camino.

A Dios, por ser mi roca, mi refugio y mi todo. Sin Tu guía y Tu amor, no habría podido superar los obstáculos y alcanzar este logro.

A mi esposo, mi compañero de vida, mi amigo y mi confidente. Gracias por creer en mí desde el primer día, por apoyarme incondicionalmente y por hacer que todo sea posible. Tu amor, tu paciencia y tu comprensión han sido mi fortaleza en los momentos más difíciles. Esta tesis es tan tuya como mía.

A mi hermano, mi ángel en el cielo, que aunque ya no está conmigo físicamente, su recuerdo y su amor siguen vivos en mi corazón. Esta es para ti, hermano mío, donde sea que estés. Lo logré, y sé que estarías orgulloso de mí. Tu ausencia se siente en cada momento, pero tu amor y tu recuerdo me dan la fuerza para seguir adelante.

A mis padres Mendoza Alfredo y Pacheco Elizabeth mis héroes, mis guías y mis ejemplos. Gracias por ser mi inspiración, mi motivación y mi razón de ser. Cada esfuerzo y sacrificio ha valido la pena por verlos orgullosos y por hacerlos sentir que no han luchado en vano. Los amo con todo mi corazón.

Con todo mi amor, mi gratitud y mi devoción, esta tesis es para ustedes”.

Certificación

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

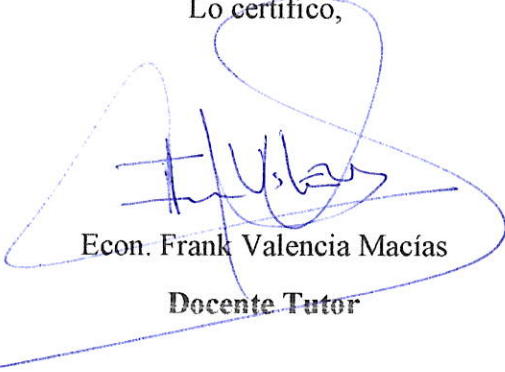
Haber dirigido y revisado el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante **Anayely Jamileth Mendoza Pacheco**, legalmente matriculada en la carrera de Economía, período académico 2025-2026, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UN LOCAL DE COMIDA RAPIDA “TRAKAS” EN LA PARROQUIA LOS ESTEROS DE MANTA”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, de del 2025.

Lo certifico,



Econ. Frank Valencia Macías

Docente Tutor

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a todas las personas que han sido parte fundamental de este camino académico.

A mis distinguidos docentes, les agradezco por compartir su vasto conocimiento y experiencia conmigo, inspirándome no solo a aprender, sino a crecer como profesional. Su dedicación y pasión por enseñar han sido un faro que ha iluminado mi trayectoria universitaria.

Al coordinador, le agradezco su apoyo incondicional y su confianza en mí, incluso en los momentos más desafiantes. Su liderazgo y orientación han sido cruciales para mi éxito.

A mi tutor de tesis, le agradezco especialmente por su guía experta, su dedicación y su paciencia desde el primer día. Su orientación ha sido fundamental en mi crecimiento académico y personal.

A mi familia, y en especial a mis padres, les agradezco por ser mi roca, mi motivación y mi razón de ser. Su amor, apoyo y sacrificios han sido el motor que me ha impulsado a alcanzar este logro. Sin ellos, no estaría aquí hoy.

A todos, gracias por ser parte de este logro. Su influencia en mi vida ha sido invaluable y siempre les estaré agradecida.

Índice de Contenido

Contenido

Certificación	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Índice de Ilustraciones.....	7
Índice de Tablas	8
Resumen ejecutivo	10
Abstract	11
Introducción.	12
Capítulo I- Generalidades y antecedentes del proyecto.	14
1.1 Planteamiento del problema.....	14
1.2 Objetivos	15
1.2.1 Objetivo general.....	15
1.2.2 Objetivos específicos	16
1.4. Naturaleza del proyecto.....	16
1.3 Reseña teórica	16
1.3.1 Antecedentes y generalidades de la comida rápida.	16
1.3.2 Características o ventajas de los locales de comida rápida.....	17
1.3.3 Tipos de empresas.....	17
Capítulo II- Análisis de mercado.....	19
2.1. Análisis diagnóstico-estratégico	19
2.2. Generalidades y análisis del mercado de referencia.....	24
2.3. Instrumento de aplicación dentro del estudio de mercado	33
2.3.1. Encuesta aplicada.....	33
2.3.2. Análisis e interpretación de resultados.	34
Capítulo III- Análisis técnico.....	42
3.1. Análisis de ubicación:	42
Localización del proyecto.....	42
3.2. Capacidad instalada y capacidad utilizada.....	44

3.3.	Composición de Activos fijos.....	46
3.4.	Composición de Capital de trabajo	48
3.4.1.	Materia prima.....	48
3.4.2.	Mano de obra	50
3.5.	Composición de Activos diferidos.....	50
Capítulo IV- Análisis financiero.....		52
5.1.	Análisis de la inversión inicial requerida según el tipo de componente	52
5.2.	Balance general o estado de situación financiera.....	56
5.3.	Mecanismos y fuentes de financiamiento para el proyecto de inversión.....	57
5.4.	Determinación del flujo de caja del proyecto de inversión.....	60
5.5.	Evaluación financiera.....	62
5.5.1.	Valor Actual Neto (VAN)	63
5.5.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	64
5.5.3.	Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)	65
5.5.4.	Periodo de Recuperación (PR) o payback	67
Referencias		72
Anexos		74

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Principales características de locales de comida rápida	17
Ilustración 2 Matriz FODA para la creación de un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta	20
Ilustración 3 Crecimiento poblacional de Manta, periodo 2010- 2022	28
Ilustración 4 Rango de población por edad	29
Ilustración 5 Ranking de cadenas de comida rápida en Ecuador, 2024.....	30
Ilustración 6 Locales de comida rápida por ubicación de Google Maps	32
Ilustración 7 Manta y sus parroquias, división geográfica	44

Índice de Tablas

Tabla 1 Matriz PESTEL para la creación de un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta.....	22
Tabla 2 Principales tipos de productos de comida rápida a ofertar en local de comida rápida “Trakas”	25
Tabla 3 Frecuencia de consumo de comida rápida.....	34
Tabla 4 Alimentos que consume con mayor frecuencia en locales de comida rápida.....	35
Tabla 5 Monto promedio que destina a compra de alimentos en locales de comida rápida.....	36
Tabla 6 Rango de edad del encuestado.....	37
Tabla 7 Elementos que toma en cuenta al comprar en un local de comida rápida	38
Tabla 8 Método de pago de preferencia dentro del local de comida rápida	39
Tabla 9 Medio a través del cual desea recibir información sobre lo que ofrece el local de comida rápida	40
Tabla 10 Promociones que debería implementar el local de comida rápida	40
Tabla 17 División de Manta por Parroquias	42
Tabla 11 Capacidad instalada en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta	45
Tabla 12 Capacidad utilizada en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta	46
Tabla 13 Estructura de inversión en activos fijos en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta	46
Tabla 14 Materia prima directa e indirecta en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta.....	48
Tabla 15 Costos de nómina por función en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta.....	50
Tabla 16 Estructura de inversión en activos fijos en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta	50
Tabla 18 Activos fijos, inversión inicial destinada.....	53
Tabla 19 Capital de trabajo, inversión inicial destinada.....	54
Tabla 20 Activos diferidos, inversión inicial destinada.....	54
Tabla 21 Total de inversión inicial por componentes.....	55

Tabla 22 Estado de situación financiera al inicio de las operaciones.....	56
Tabla 23 Fuentes de financiamiento para poner en marcha el negocio	58
Tabla 24 Tabla de amortización de crédito financiero en Banco de Guayaquil	59
Tabla 25 Flujo de caja proyectado a 6 años.....	61
Tabla 26 Variables consideradas para el cálculo del WACC.....	66
Tabla 27 Variables consideradas para el cálculo del periodo de recuperación	67
Tabla 28 Tabla de resumen del cálculo de PR.....	68

Resumen ejecutivo

Conforme avanza el tiempo las sociedades han cambiado sus hábitos, preferencias de consumo y buscado mecanismos alternativos para satisfacer sus necesidades de alimentación, en ese marco, el objetivo de la presente investigación se centra en efectuar un estudio de factibilidad para implementar un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta. Los principales hallazgos demuestran que este tipo de establecimiento pertenecientes al sector terciario de la economía permiten a los ciudadanos adquirir y consumir alimentos a bajo coste, preparados de forma rápida y fresca, experimentar una atención personalizada, etc. En el caso del presente estudio se comprueba que existe un crecimiento poblacional en Manta y la Parroquia Los Esteros y el 50% de la población encuestada consume comida rápida de manera semanal, sumado a que, al tener una ubicación estratégica el proyecto se vuelve atractivo, más allá de la competencia formal (cadenas de comida rápida como KFC, Mc Donald, etc.) o informal existente. Conforme al estudio de mercado, los consumidores potenciales de comida rápida son jóvenes de entre 20 a 31 años que direccionan sus preferencias en cuanto a publicidad sobre marcas, empresas o productos las redes sociales como Facebook y Tik Tok. Desde la parte de la viabilidad financiera por medio del VAN, TIR, WACC, PR, flujo de caja se comprueba que el proyecto de inversión es factible, rentable y la inversión inicial que incluye activos fijos, diferidos y capital de trabajo se recupera en el lapso de 3 años, 5 meses y 5 días.

Palabras clave: inversión inicial, factibilidad, comida rápida, alimentación, mercado

Abstract

As time goes by, societies have changed their habits, consumption preferences and searched for alternative mechanisms to satisfy their food needs. Within this framework, the objective of this research is focused on carrying out a feasibility study to implement a fast food establishment “Trakas” in Los Esteros de Manta Parish. The main findings show that this type of establishment belonging to the tertiary sector of the economy allows citizens to acquire and consume food at low cost, prepared quickly and freshly, experience personalized attention, etc. In the case of the present study, it is proven that there is a population growth in Manta and Los Esteros Parish and 50% of the surveyed population consumes fast food on a weekly basis, added to the fact that, having a strategic location, the project becomes attractive, beyond the existing formal (fast food chains such as KFC, McDonald's, etc.) or informal competition. According to the market study, potential fast food consumers are young people between 20 and 31 years of age who direct their preferences in terms of advertising about brands, companies or products to social networks such as Facebook and Tik Tok. From the part of the financial feasibility by means of NPV, IRR, WACC, PR, cash flow, it is proved that the investment project is feasible, profitable and the initial investment that includes fixed assets, deferred assets and working capital is recovered in the lapse of 3 years, 5 months and 5 days.

Keywords: initial investment, feasibility, fast food, food, market.

Introducción.

De acuerdo a Alonso (2023) a lo largo de la historia bajo la premisa esencial de la economía en donde hay que a través de escasos recursos satisfacer necesidades humanas el hombre teniendo como base su “naturaleza de ser racional” da prioridad a uno de los principales elementos de subsistencia: la alimentación, esto sumado al crecimiento constante de la población posibilita a que las tendencias de consumo así como la puesta en marcha de negocios y locales de comida ajustados a la demanda de los individuos con el paso del tiempo se acrecente.

Y es que, es innegable que los locales de comida rápida se encuentran dentro de la industria de la gastronomía, la cual toma en cuenta todas las cuestiones relacionadas a lo que se conoce como “cadena alimentaria” entendida como el proceso que va desde el transporte de materias primas y alimentos, su procesamiento, preparación y posterior venta para el consumo humano. Es precisamente esta industria gastronómica que proporciona una gama de ingredientes y sabores que pueden ser empleados conforme a preferencias de consumo y mercado objetivo, con lo también se les da realce a platos típicos, a valores y costumbres dentro de los territorios. (Revista Ekos Negocios, 2024)

En esa línea Quintan (2024) destaca que, los locales de comida rápida históricamente han estado ligados, relacionados a la cultura de alimentación Estadounidense (Mc Donald, Subway, Burger King figuran como referentes), este tipo de establecimientos se caracterizan por requerir una menor inversión en comparación a los restaurantes, tratan de estandarizar la preparación de alimentos, brindan un servicio más personalizado y se genera mayor eficiencia al atender a un sin número de clientes en precisamente como su nombre lo indica en de forma rápida, en menor tiempo. A breves rasgos los locales de comida rápida a nivel global se han convertido en una poderosa alternativa para satisfacer las necesidades de consumo en cuanto a alimentación.

Adentrándonos al contexto local Manta tiene un tamaño de la economía (medido por el VAB, valor agregado bruto) de \$1756 MUSD al año 2020, esto representa el 32,7% del tamaño de la economía a nivel provincial, el comercio la pesca, la construcción y el turismo se constituyen en las principales actividades económicas de la ciudad. En cuanto al crecimiento de la población al año 2022 conforme a datos oficiales del Censo INEC Manta cuenta con 271.145 habitantes, esto en términos relativos representa un incremento del 41,21% en relación al total de la población registrada en el año 2010. Adicional a eso, su ubicación privilegiada, así como el constante desarrollo de infraestructura hotelera, territorial y progreso la convierten en la ciudad idónea para poder implementar un nuevo local de comida rápida.

Con la implementación de un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta se tendrá un impacto significativo en varias aristas detalladas a continuación:

- Se fomentará una mayor inversión
- Se generarán nuevas fuentes de empleo tanto directo e indirecto
- Se contribuye al crecimiento de la parroquia Los Esteros y de la ciudad de Manta como tal
- Se pone en evidencia el espíritu emprendedor e innovador de la responsable de la implementación del local
- Se fortalece el turismo, la competencia empresarial y se realza la cultura gastronómica de los Mantenses, ecuatorianos.

Con dichos antecedentes, es importante previamente bajo la técnica desarrollar un estudio para determinar el grado de factibilidad en la implementación del local de comida rápida y de esa forma reducir el riesgo, incertidumbre en cuanto a la inversión. Dicho estudio se estructura en 4 capítulos: generalidades y antecedentes del proyecto, análisis de mercado, análisis técnico y análisis financiero.

Capítulo I- Generalidades y antecedentes del proyecto.

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad la falta de empleo, por consiguiente, el deterioro del mercado laboral ha impulsado a que parte de la población invierta, emprenda. El sector de alimentación y de comidas rápidas es uno a donde principalmente se apunta, esto refleja una lamentable realidad, se emprende por necesidad más que por afinidad a la industria de alimentación o gastronómica. A la par, una fuerte parte de los locales de comida rápida suelen ser de naturaleza familiar y dentro de los mismos se toman decisiones más basadas en la observación y evidencia empírica en lugar de en lo que dice la técnica en cuanto a manejo administrativo y financiero, por lo que, la improvisación y falta de conocimientos en gestión incrementa el riesgo de fracaso al implementar un negocio o emprendimiento. (Cedeño y López, 2023)

Con el antecedente citado previamente es notorio con el paso del tiempo el alto de nivel de competencia que hay en el sector, de manera indirecta mayor competencia genera beneficios a los consumidores que bajo una guerra de precios pueden tener a disposición mayor poder adquisitivo dentro de los locales de comida rápida, para estos últimos el margen de rentabilidad se reduce. Si a esto se le suma que, los efectos de la crisis sanitaria, así como las exigentes preferencias de los consumidores, así como las tendencias en cuanto al uso de aplicaciones tecnológicas para hacer pedidos de comida rápida directamente al hogar significan un enorme reto y cuello de botella en cuanto a innovación y gestión dentro de los locales de comida rápida. (Soriano, 2021)

Tampoco se puede dejar de lado la existencia de variables exógenas que intervienen en la puesta en marcha de un local de comida rápida dentro de un territorio, aquí destacan la inseguridad y violencia que constituyen en problemáticas que de forma indirecta afectan a la economía,

desincentivan a la inversión, reducen el flujo de turistas y ciudadanos, por ende, también se reduce el consumo y la producción. Esto quiere decir que, más allá de la gestión y toma de decisiones internas implementar un negocio depende de condiciones económicas, sociales y políticas que son incontrolables, se escapan de las manos del emprendedor o inversor y se resuelven netamente con políticas de estado. (Alarcón et al., 2024)

También en Ecuador, particularmente en Manta desde pago de patentes, tasas, permisos de funcionamiento y una serie de trabas a nivel burocrático frenan la economía, si a esto se le suma los lentos, costosos y complejos que muchas veces que son los trámites mencionados se tiende a desincentivar a la inversión, lo que denota que el marco regulatorio no genera confianza y carece de eficiencias, transparencia. Con ello lo que se logra es motivar a emprendedores a direccionar su idea de negocio y recursos hacia el sector informal de comida rápida para así evitar aspectos burocráticos y pérdida de tiempo, esta última variable para un emprendedor significa dinero.

Finalmente, según Choque (2023) si bien es cierto los locales de comida rápida con el paso se han expandido dentro de las economías estos suelen ser vistos por expertos como uno de los focos principales para desarrollar obesidad dado a que los menús no se suelen basar en dietas equilibradas o nutrientes basados en las necesidades alimenticias de los consumidores. Por lo que, es innegable que de manera general los locales de comida rápida tienen a ofertar alimentos con alto contenido de grasas saturadas y calóricos lo que podría poner en riesgo la salud del consumidor, más allá de lo innegable que pueda ser el sabor del alimento o aperitivo consumido.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Efectuar un estudio de factibilidad para implementar un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta.

1.2.2 Objetivos específicos

- Desarrollar una adecuada fundamentación teoría sobre las principales variables del proyecto de inversión.
- Realizar un análisis técnico y de mercado a fin conocer las preferencias y comportamientos de los consumidores previo a implementar un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta.
- Determinar mediante indicadores la viabilidad económica- financiera previo a implementar un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta.

1.4.Naturaleza del proyecto

El siguiente proyecto de inversión en primera instancia a nivel marco se enmarca dentro del área la gastronomía la cual es amplia, en segunda instancia se enmarca dentro de área de servicios de alimentación, particularmente la alimentación rápida.

1.3 Reseña teórica

1.3.1 Antecedentes y generalidades de la comida rápida.

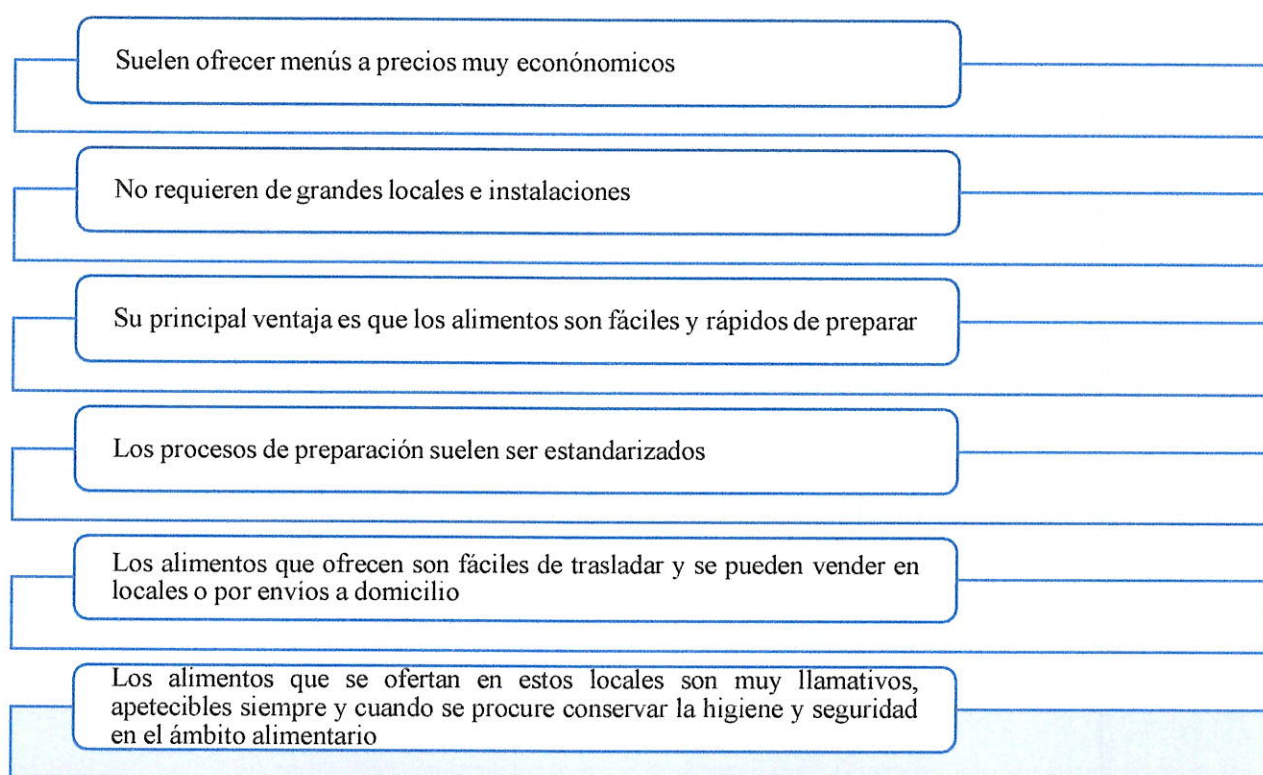
La comida rápida o conocida como fast food conforme a la mayor parte de la literatura existente datan del siglo 20 en Estados Unidos con la creación de la primera hamburguesería llamada White Castle ubicada en Kansas, surge como una alternativa para la mano de obra y servidores de diversas entidades que ante la fuerte carga de responsabilidades dentro de sus

trabajos tenían muy poco tiempo para llegar a casa y preparar alimentos, esto significaría entonces un mecanismo para ahorrar tiempo. (Rosales, 2022)

1.3.2 Características o ventajas de los locales de comida rápida

A continuación, se presentan las principales características que permiten identificar, diferencias a los locales de comida rápida:

Ilustración 1 Principales características de locales de comida rápida



Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco con base a información documental

1.3.3 Tipos de empresas

De acuerdo a los sectores las empresas pueden ser clasificadas en: sector primario, sector secundario y sector terciario. En lo inherente al sector terciario el cual es de relevancia y se enmarca dentro del presente estudio, este sector en lugar de poner a disposición materias primas o

productos finales tiene como objetivo la prestación de diversos servicios a la población, en otras palabras, los beneficios que se generan a la población a partir de este sector son intangibles, aquí destacan subsectores como el turismo, la hostelería, las telecomunicaciones, el comercio, etc.

Para Dávila y Heredia (2024) los servicios dentro de un territorio pueden ser ofertados tanto por empresas de naturaleza pública (que son financiados por el estado por medio de fondos públicos que provienen de ingresos petroleros, tributarios, etc.) cuyo fin es buscar el bienestar social y la solución de problemáticas y, por empresas del sector privado las cuales son financiadas y controladas, gestionadas directamente por un individuo o particular, este tipo de empresas tienen como fin generar valor, es decir, producir rentabilidad y repartirla entre los propietarios.

Un restaurante o local de comida rápida es entonces una empresa que pertenece al sector terciario de la economía (al ofrecer servicios de alimentación) y se constituye en empresa privada.

Capítulo II- Análisis de mercado.

2.1. Análisis diagnóstico-estratégico

En apartados anteriores se señala que, los restaurantes y locales de comida rápida forman parte del sector terciario de la economía, enfáticamente a la industria o sector de servicios de alimentación. Los servicios de alimentación se encargan de por medio de materias primas (ingredientes) seguir un proceso de preparación de alimentos para satisfacer necesidades nutricionales de la población, por lo general los servicios de alimentación están ligados a la naturaleza comercial dado a que son establecimientos cuyo fin es obtener una rentabilidad, también a la naturaleza productiva ya que bajo un proceso de transformación elabora productos finales (alimentos) para el consumo humano. (Salazar y Alvarado, 2020)

Los restaurantes y afines (locales de comida rápida) en Ecuador se encuentran dentro de la clasificación #56 de actividades económicas denominada “Actividades de servicios de comidas y bebidas”, dentro de esta clasificación no se considera la magnitud o tamaño de la infraestructura, local en donde se venden o expenden los alimentos preparados. Es innegable que a nivel nacional el sector de alimentos y bebidas representa cerca del 7% del Producto Interno Bruto (PIB) hasta finales del año 2021 y, además guarda amplia relación, incidencia con el sector manufacturero. A breves rasgos dentro de la cadena productiva el sector de servicios de alimentación dinamiza ampliamente la economía. (Ministerio de Turismo, 2024)

Por si fuera poco, el sector de alimentos y bebidas genera en promedio 50 de cada 100 empleos de forma directa e indirecta y, 10 de cada 100 empresas del país forma parte del sector mencionado.

Para reducir la incertidumbre dentro de la puesta en marcha de empresas, negocios, emprendimientos se suele hacer uso de estrategias de planificación como el FODA, esta

herramienta posibilita efectuar de manera objetiva un diagnóstico interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas) de determinada organización, esto a la vez permite reducir la incertidumbre y riesgo dentro del entorno o mercado. Para la elaboración de la matriz del FODA se requiere un amplio proceso de indagación, observación e investigación que significará en el mediano y largo plazo una mejor toma de decisiones. A continuación, se presenta el análisis FODA como soporte a la implementación del local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia los Esteros de Manta, en la tabla 2 se detallan cada uno de ellos. (Cevallos, 2024)

Ilustración 2 Matriz FODA para la creación de un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta.

- Contar con ofertas de menús exquisitos a bajo costo
- Baja inversión para la implementación
- Contar con personal joven y a la vez altamente capacitado
- Ambiente acogedor (instalaciones) y rapidez en la atención
- Ubicación estratégica

Fortalezas

- Ser un establecimiento nuevo y con poca experiencia
- Alta inversión inicial en publicidad para dar a conocer el local
- Limitación de recursos financieros en la etapa de crecimiento
- Instalaciones (local) pequeñas lo que podría generar descontento
- Dificultad de aparcamiento en el local de comida rápida

Debilidades

- Crecer como negocio y expandirse a largo plazo
- Aprovechar el impacto de las redes sociales para promocionar el negocio
- Ofrecer en el mediano plazo envíos a domicilio con recargo mínimo
- Fomentar una alimentación saludable mediante el uso de ingredientes de mejor calidad
- Aprovechar el incremento del turismo para aumentar la clientela del local

Oportunidades

- Creciente competencia en el sector de servicios de alimentación
- Problemas sociales (inseguridad, etc) y falta de empleo que reduce el consumo, ventas
- Aumento de impuestos y de precio de insumos, ingredientes usados dentro del local
- Mayores y exigentes regulaciones en cuanto a seguridad y control sanitario del local

Amenazas

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco

Por su parte, para Macías y Mero (2022) el análisis PESTEL es una estrategia de planificación que da soporte al FODA, la matriz PESTEL posibilita estudiar especialmente el entorno macroeconómico en donde se desenvuelven las empresas, es decir, toma en cuenta una visión integral sobre todos los factores que podrían incidir en el funcionamiento del negocio o local. Los procesos de producción, así como los clientes y la competencia quedan excluidos dentro del análisis de PESTEL. A breves rasgos, las principales características de esta herramienta cuyas siglas llevan inmerso factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales son:

- Permite tomar decisiones más acertadas
- Permite establecer planes a mediano y largo plazo
- Permite prever futuras cuestiones en relación a un negocio
- Evalúa datos e información de naturaleza cualitativa y cuantitativa en relación al entorno y sus factores

Tabla 1 Matriz PESTEL para la creación de un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta.

Matriz PESTEL

P	E	S	T	E	L
A nivel político en Ecuador y Manta de forma continua hay inestabilidad, tampoco existe cohesión ni políticas de estado para apoyar nuevas inversiones. Adicionalmente, los altos índices de inseguridad y la inacción institucional generan que se reduzca el turismo, el flujo comercial y por lo tanto las ventas de establecimientos de servicios de alimentación.	La economía y la reducción del consumo a nivel local y nacional son evidentes. Esta reducción del dinamismo económico incide de manera directa en el nivel de renta de establecimientos de todo tipo especialmente ligados al sector comercial y turístico. El incremento del IVA y del precio de los combustibles genera también un aumento en los costos de producción que se traduce en mayores precios en los bines y servicios ofertados.	A nivel social la principal problemática es el desempleo, esta cuestión genera que el poder adquisitivo o también llamado poder de compra disminuya. Adicionalmente, a raíz de la pandemia los ciudadanos dan más importancia a la alimentación saludable, a su salud y por consiguiente a consumir alimentos de mayor calidad, esto genera un reto para los nuevos establecimientos (locales de comida) a ser creados.	El uso de tecnologías de la información, celulares inteligentes ha penetrado a la sociedad, esto permite generar mayor eficiencia y conectar de forma más directa a clientes con las empresas. Las redes sociales son una herramienta importante dentro de ello. Además, dentro del mercado cada vez existen máquinas, herramientas más sofisticadas que pueden aumentar la productividad (en la preparación de alimentos) dentro de los locales de comida rápida.	Aquí debe haber una responsabilidad compartida entre administradores que efectúen un gran control de desechos y la sociedad cuya cultura en cuanto a tirar la basura en su lugar luego de consumir un producto. También existe un estricto control sanitario de entidades como el ARCSA a locales de comida y restaurantes en Ecuador. A esto se suma el uso de la menor cantidad de productos ultra procesados para indirectamente cuidar el medio ambiente.	A nivel nacional existen normativas mínimas que deben cumplir los establecimientos de expendio de comida, a nivel municipal también los respectivos permisos de funcionamiento. A esto se suma las leyes en protección de la mano de obra que labora dentro de un local o restaurante. El respeto a la normativa es la base de la planificación.

Nota: Elaborado por Anyely Jamileth Mendoza Pacheco

2.2.Generalidades y análisis del mercado de referencia

Características del consumidor

Dentro del sistema o cadena productiva los consumidores son considerados el último elemento, esto dado a que luego de una fase de elaboración, creación de productos o servicios estos sean adquiridos (consumidos) por individuos, empresas, instituciones por determinado precio. El fin último del consumidor es poder satisfacer por lo tanto sus necesidades.

Otra de las características de los consumidores en la actualidad es que se encuentran mayormente informados, es decir, se fijan en cuestiones básicas, elementales en cuanto al producto o servicio a adquirir, adicionalmente buscan que la compra sea de forma rápida y sin muchas trabas, el tiempo también es una variable muy valorada y eso otorga a los locales de comida rápida ventaja dentro del mercado. Es innegable también que, dentro de la economía conductual los consumidores con el paso del tiempo han cambiado su comportamiento en cuanto al consumo, así como en sus gustos y preferencias, la sociedad se ha convertido de hecho en consumista.

Definición del producto

Para Campines (2024) el producto no es más que un bien o servicio que cuenta con características como tamaño, color, forma, presentación, precio y es puesto a disposición de los consumidores a través de diversos establecimientos o mecanismos de comercialización. Los productos por lo tanto se pueden clasificar en: de consumo (pasan por un proceso de producción y son transformados en productos elaborados o finales, son los que mayormente se adquieren de forma cotidiana) y de inversión (son aquellos que sirven de soporte para la generación de riqueza u otro tipo de bienes o servicios, por lo general los productos de inversión sirven para generar bienes de consumo).

Conforme al objeto de estudio la definición del producto se centra en la elaboración y comercialización de comida rápida ajustado aquello a las tendencias de consumo, cultura y tradiciones del territorio en donde se llevará a cabo la inversión. La mayoría de alimentos de comidas rápidas (esto sería técnicamente el producto) preparadas llevan de forma peculiar el color amarillo, se destaca también que son de rápida cocción- preparación (aquella que se puede preparar en ciertos fragmentos e intervalos de tiempo) y suelen tener un alto grado de grasas (frituras), calorías. De manera tentativa son 4 los tipos de comida principales identificados a nivel mundial de mayor consumo de manera continua y que a la par son definidos como los principales productos a ofertar dentro del local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia los Esteros de Manta, en la tabla 2 se detallan cada uno de ellos.

Tabla 2 Principales tipos de productos de comida rápida a ofertar en local de comida rápida “Trakas”

Nombre de comida rápida	Detalle	Imagen
Hamburguesas	Es un tipo de alimento- bocadillo que combina pan especial con carne, ciertas verduras como tomate, pepino y otros ajustados a la cultura de cada país, las hamburguesas se suelen preparar a través de una parrilla.	
Hot dogs	También conocido como perro caliente, que además de pan de forma alargada lleva consigo una salchicha en el interior y la combinación de especias, mostaza, mayonesa y demás adherentes. Sus orígenes datan de Alemania.	

Pizzas	El mérito al origen de este gran alimento es para Italia. Hay una gran cantidad de variedades de pizzas, esta es una masa plana de harina en forma de pastel que en la parte superior de manera recurrente lleva queso, tomate, mortadela e ingredientes acorde a los gustos de los consumidores.	
Papas fritas o salchipapas	Este es un plato consumido con mayor frecuencia en América Latina, consiste en freír rodajas de papa y añadirle salchipapas, mortadela, u otros ingredientes y salsas al gusto.	

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco con base a información documental

Análisis de la demanda y segmentación del mercado

El sistema de mercado está compuesto tanto por consumidores que representan la demanda y los productores que representan a la oferta. En otras palabras, la demanda dentro del aspecto cuantitativo representa los deseos de los consumidores expresados mediante la cantidad de bienes o servicios que estos están dispuestos a adquirir dado su nivel de renta o poder adquisitivo. Existen algunas variables o determinantes de la demanda, entre ellas resaltan:

- Precios del bien o servicio y cuestiones como la inflación
- Existencia de productos sustitutos
- Nivel de renta
- Comportamiento y preferencias del consumidor, etc.

Conforme a Racines y Chafía (2023) dentro del análisis de la demanda es importante en primera instancia efectuar una segmentación de mercado, esta es la base para que exista un adecuado y personalizado plan estratégico de ventas, esto dado a que permite enfocar los esfuerzos en subgrupos de consumidores a los que se quiere llegar, a estos también se les conoce como mercado potencial, grupos de interés y clientes potenciales. La segmentación de mercado puede ser demográfica (edad, nivel de ingreso, nacionalidad), de forma psicológica (preferencias, valores), de forma geográfica (clima, ciudad, horario) y de forma conductual (comportamiento, lealtad, patrones en cuanto al consumo).

Conforme al portal Statista (2024) a nivel mundial desde el año 2021 el mercado, demanda de comida rápida crece a una tasa anual del 4,2%, pasando de representar cerca de 550 mil millones de dólares en el año 2021 a cerca de 700 mil millones para el año 2028 si se mantiene dicha tendencia. En tanto que, como dato no menor, al año 2014 en Ecuador los hogares destinaron cerca de 50 millones en la compra de alimentos en locales de comida rápida al año, esto considerando aquellos locales que mantienen registro oficial en el SRI, a breves rasgos, los hogares ecuatorianos destinan alrededor del 5% de su presupuesto familiar a pagar por servicios de alimentación en locales de comida (restaurantes, locales de comida rápida) de forma mensual, teniendo como prevalencia que el 21% de los hogares prefiere asistir a locales de comida rápida, en la actualidad no existen cifras oficiales sobre dichas variables.

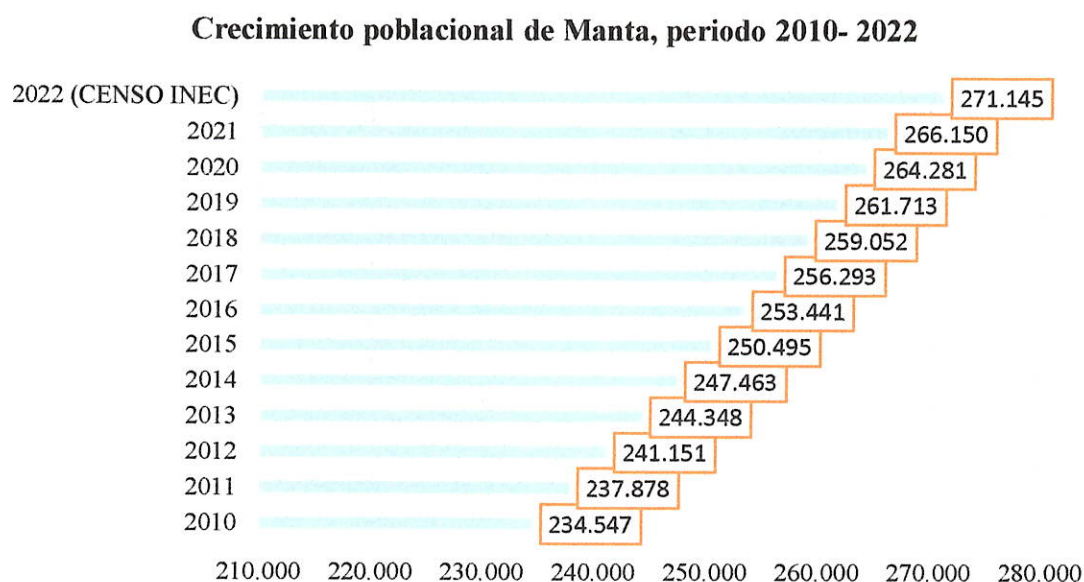
Por otra parte, teniendo como base diversos estudios previos que sostienen que el consumo de comida rápida se da con mayor frecuencia en los adolescentes y jóvenes, y considerando que se tendrá una idea más clara del mercado objetivo una vez efectuada el estado de mercado mediante la aplicación de la encuesta se delimitan dentro de la naturaleza del proyecto al mercado objetivo identificado por:

- Ciudadanos de clase media y clase media baja
- Estudiantes universitarios y de diversas instituciones educativas con alto nivel de afluencia

Finalmente, se destaca que Manta es de acuerdo a fuentes oficiales la 7ma ciudad con mayor nivel de población a nivel del país, y en lo que respecta a la provincia de Manabí se constituye en la segunda ciudad con mayor nivel de población. Y es que la revisión teórica y aportes de Landeta y Cadena (2024) sugieren que el crecimiento población dentro de cualquier territorio por lógica y tendencia exige un incremento en el nivel de producción (cantidad de bienes y servicios generadas) así como en lo que a demanda de bienes y servicios atañe.

En la ilustración 3 se evidencia el incremento poblacional de Manta desde el año 2010 lo que a la par se constituye en una motivación para poner en marcha el local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia los Esteros de Manta dado a que con el paso del tiempo el desarrollo de la ciudad y el incremento de su población es sinónimo de que hay cada vez más ciudadanos que desean satisfacer sus necesidades materiales y de consumo (en este caso de alimentación). Al año 2022 de los 271.145 habitantes de Manta el 48,5% son hombres y 51,5% son mujeres.

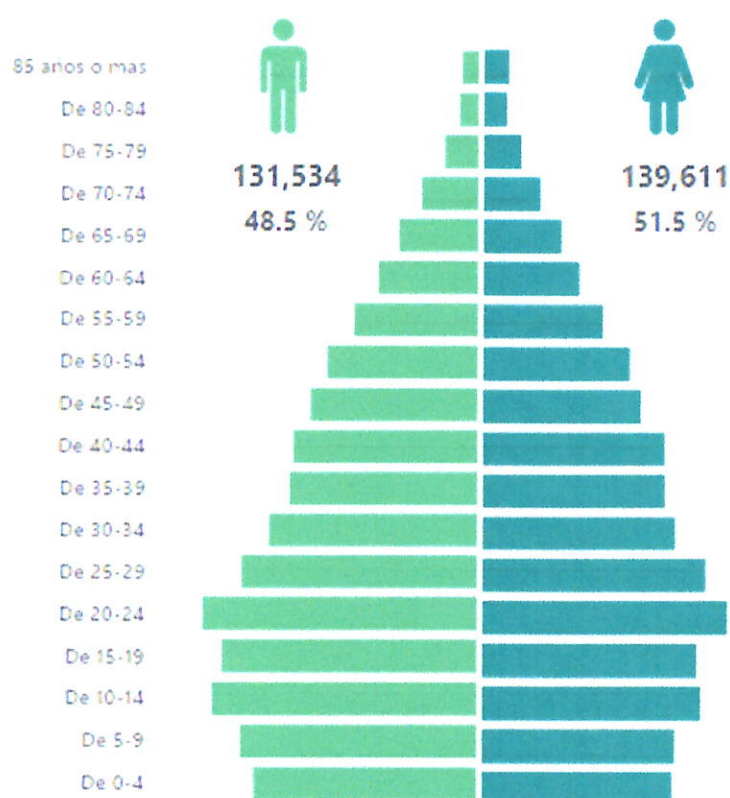
Ilustración 3 Crecimiento poblacional de Manta, periodo 2010- 2022



Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco con base a datos del INEC

La mayor parte de la población de Manta se encuentra dentro del rango de edad de 20 a 24 años, de 10 a 14 años y de 15 a 19 años respectivamente, tal cual en ese orden o ranking. (Ver ilustración 4)

Ilustración 4 Rango de población por edad



Nota: Proporcionado por el Censo INEC 2022

Análisis de la oferta y competencia

La oferta representa aquellos bienes y o servicios puestos a disposición o venta por productores o agentes de mercado esto con el fin de que sean adquiridos por consumidores y que generen determinada rentabilidad. La oferta en el mercado puede tener 2 extremos, desde ser

monopólica (predomina un productor o agente de mercado) o competitiva en donde predomina la sana competencia y es el consumidor que tras un exhausto análisis define a qué productos o agente de mercado comprar determinado producto. (Pérez y Valencia, 2022)

Dentro de la oferta existen algunos determinantes entre los que se destacan:

- El precio, este es el elemento más importante para el oferente, a mayor precio mayor tiende a ser la cantidad ofertada
- Costos dentro del proceso productivo
- Precio de productos sustitutos en el mercado
- Aspectos tecnológicos que pueden incrementar el nivel de producción, oferta
- Expectativas dentro de la economía

En lo inherente a la oferta de cadenas de comida rápida al año 2024 las más importantes son conforme se muestra en la ilustración 4:

Ilustración 5 Ranking de cadenas de comida rápida en Ecuador, 2024

RANKING: LAS CADENAS DE COMIDAS MÁS IMPORTANTES DEL ECUADOR

Rk	Razón Social	TOTAL INGRESOS		UTILIDADES		TOTAL IMPUESTOS CAUSADOS	
		2021	2022	2021	2022	2021	2022
1	INT FOOD SERVICES CORP S.A.	237,61	277,20	4,52	10,99	1,90	3,03
	 KFC Ecuador construyó la primera central de energía solar en Quito con 5.000 paneles solares para generar 1.5 megavatios de electricidad en 2023.						
2	ARGOLD DEL ECUADOR S.A.	57,80	72,84	2,23	4,59	0,81	1,03
	 Más del 85% de los proveedores de McDonald's en Ecuador son locales.						
3	DELI INTERNACIONAL S.A.	57,53	68,16	0,08	1,57	0,20	-
	 Entre los principales restaurantes que conforman la marca están: American Deli, Tropiburger, el Español, Cinnabon y Il Cappo Di Mangi*.						
4	SHEMLON S.A.	48,66	60,77	0,59	2,13	0,24	-
	 Menestras del Negro se caracteriza por utilizar productos netamente ecuatorianos. Cuenta con 48 locales distribuidos por todo el país.						
5	RESTAURANTES UNIDOS RESTAUNSA S.A.	15,68	36,65	0,30	0,01	0,06	0,14
	 Rock and Roll, Ihop, Carl's, Chili's y Carl's JR son los restaurantes que dirige la marca*.						

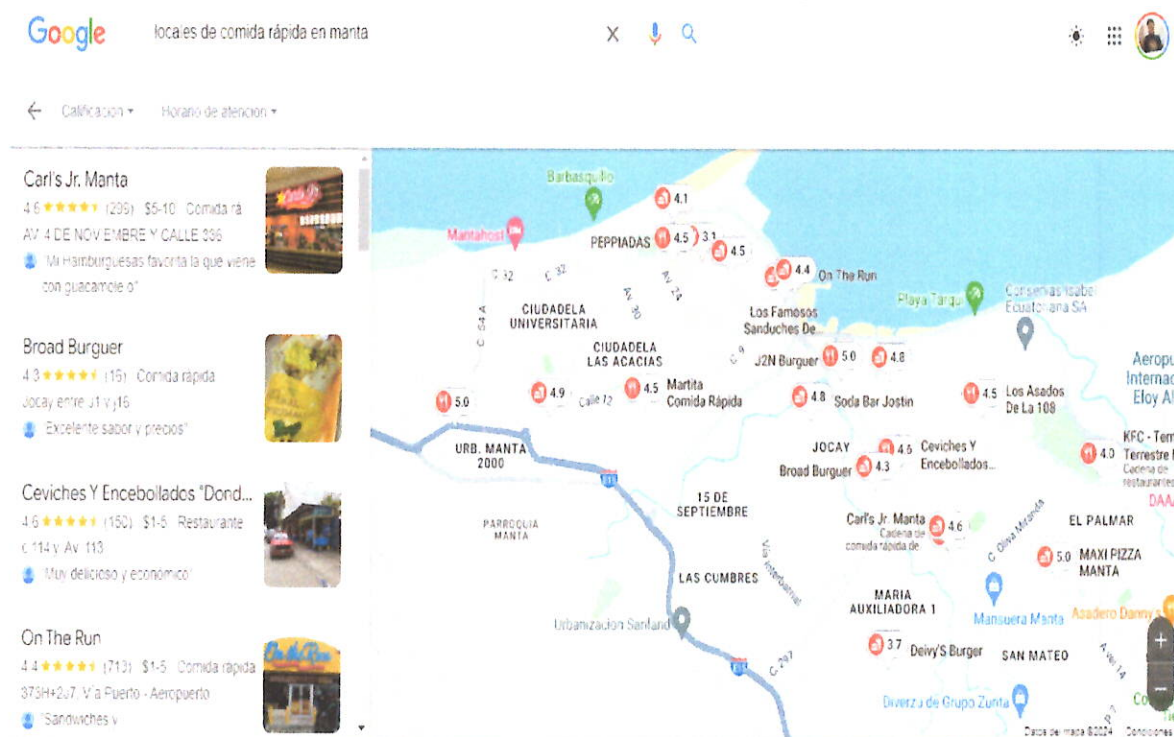
FUENTE: SUPERCIAS - EN MILLONES USD - INFORMACIÓN CON CORTE AL 14 DE MARZO DE 2023
*SE COLOCÓ EL LOGO DE UNA DE LAS MARCAS RECONOCIDAS DEL GRUPO EMPRESARIAL

Nota: Proporcionado por Revista Ekos Negocios 2024

A raíz de una investigación en el buscador de Google Maps, conforme a la evidencia empírica y a la observación se comprueba que las 5 cadenas de comidas rápidas (ver ilustración 5) más importantes del país se encuentran también en la ciudad de Manta especialmente en centros comerciales como Paseo Shopping y Mall del Pacífico. Cabe destacar también que, de acuerdo al Portal Mintur al año 2023 en Manta dentro del sector de alimentos y bebidas se encuentran

registrados de manera formal 322 restaurantes, no obstante, también se observan otros locales de comida rápida de menor tamaño o escala ubicados dentro de la ciudad que probablemente no están formalizados, son emprendimientos naciones y que ofertan un menú variado de alimentos, por ejemplo, destacan: Carlos Jr. Manta, Broad Burger, On The Run, etc.

Ilustración 6 Locales de comida rápida por ubicación de Google Maps



Nota: Proporcionado por buscador de Google Maps, 2025

2.3. Instrumento de aplicación dentro del estudio de mercado

2.3.1. Encuesta aplicada

La encuesta aplicada está dirigida a ciudadanos de forma general y en especial a consumidores en locales de comida rápida dentro de la Parroquia Los Esteros de Manta, la misma permitirá obtener hallazgos de naturaleza cualitativa y cuantitativa que serán la base para delimitar tanto preferencias, gustos, comportamientos de los consumidores, entre otros componentes como tal. En primera instancia se aplica la técnica de investigación (encuesta de 8 preguntas cerradas), posteriormente se tabulan y procesan los datos, finalmente se interpreta los datos a fin de presentar de forma concreta los resultados. Se destaca que los resultados obtenidos son de suma relevancia para establecer mecanismos, estrategias previo a la apertura local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta en congruencia con las exigencias de la demanda.

Para ello previamente se efectúa el cálculo de la muestra para una población finita, a fin de determinar a qué segmento o parte de la población se le aplicará el instrumento de investigación (cuestionario):

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

En donde:

- N o población, 75.200 habitantes que tiene la Parroquia Los Esteros
- Se tiene un 95% de confiabilidad.
- Z o factor probabilístico que en cohesión al nivel de confiabilidad representa 1,96
- e o error de muestreo que para este estudio representa 0,05

- q o ponderación de fracaso que para este estudio representa 0,5
- p o ponderación de éxito que para este estudio representa 0,5

Resultado:

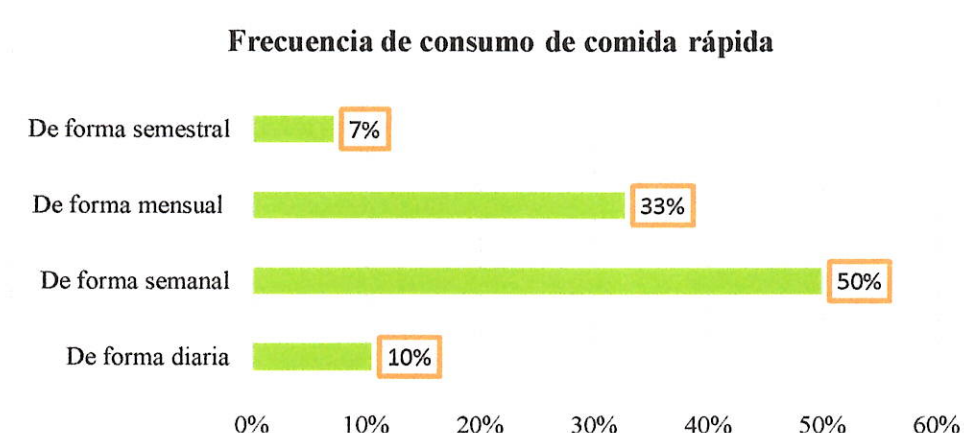
$$= \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 74.200}{(0.05)^2 * (74.200 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 383$$

2.3.2. Análisis e interpretación de resultados.

1. ¿Con qué frecuencia suele adquirir alimentos en locales de comida rápida?

Tabla 3 Frecuencia de consumo de comida rápida



Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco excel de forma inédita a partir de encuesta aplicada a 383 habitantes de la Parroquia Los Esteros de Manta

Interpretación:

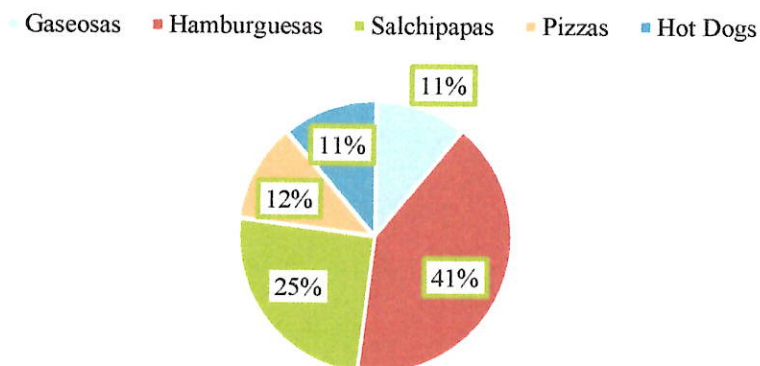
La mitad de los encuestados consume comida rápida de manera regular, es decir, de forma semanal, lo que implicaría de por sí un muy buen indicador para determinar en parte la viabilidad de implementar un nuevo local de este tipo. En el caso de Ecuador la comida rápida tiene una amplia demanda, es más, después de la pandemia estudios reflejan que el consumo de este tipo de comidas se incrementó notablemente y, que los ecuatorianos más allá de querer comer algo que

sea saludable se inclinan por algo cuyo sabor sea rico y esto está continuamente asociado a la comida rápida.

2. ¿Qué tipo de alimentos y productos suele adquirir en los locales de comida rápida con mayor frecuencia?

Tabla 4 Alimentos que consume con mayor frecuencia en locales de comida rápida

Alimentos que consume con mayor frecuencia en locales de comida rápida



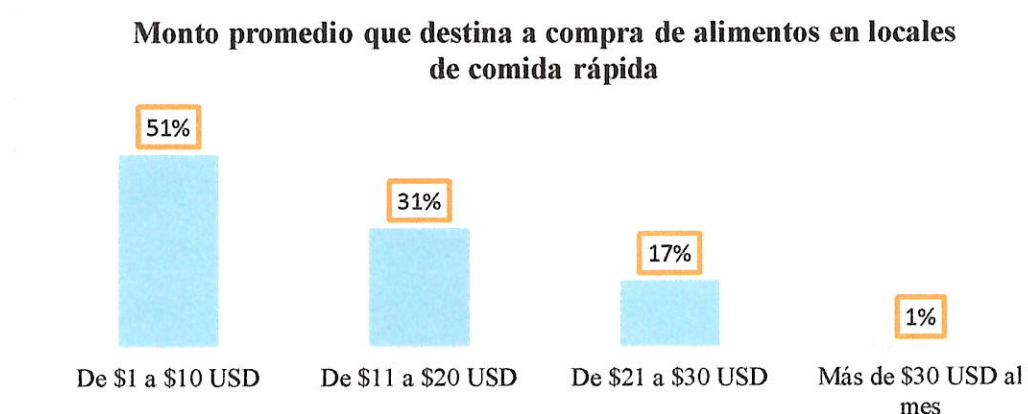
Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco excel de forma inédita a partir de encuesta aplicada a 383 habitantes de la Parroquia Los Esteros de Manta

Interpretación:

Las hamburguesas y salchipapas respectivamente son los 2 alimentos con mayor popularidad, con mayor demanda o consumo en los locales de comida rápida. En el caso de las hamburguesas que se caracterizan por ser de fácil preparación y por contener una mezcla de ingredientes y sabores al año 2023 en Ecuador de manera formal se han ordenado más de 140 mil hamburguesas, siendo la de doble carne con queso cheddar la más consumida. No obstante, el consumo de hamburguesa según estudios suele ser complementado con gaseosas. El alto consumo de estos alimentos se ha visto facilitado por el auge de los delivery o envíos a domicilio.

3. ¿Cuál es el monto estimado que de manera mensual en promedio destina para comprar alimentos en locales de comida rápida?

Tabla 5 Monto promedio que destina a compra de alimentos en locales de comida rápida



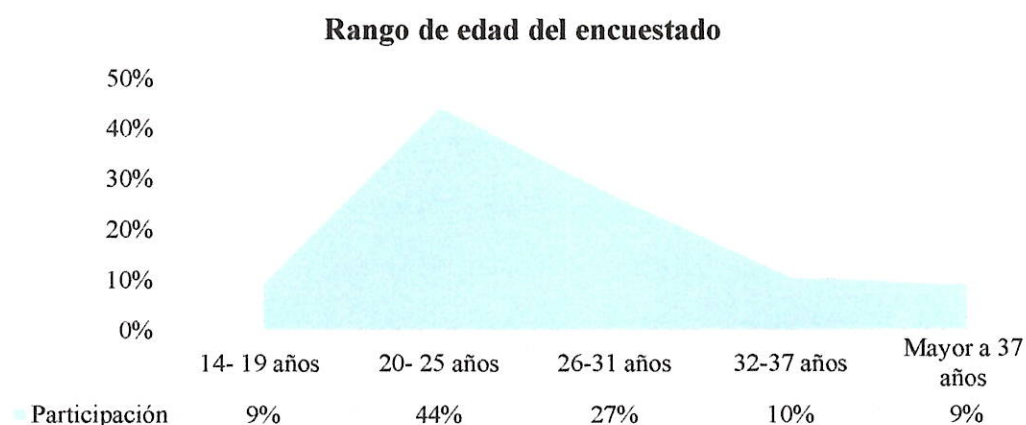
Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco excel de forma inédita a partir de encuesta aplicada a 383 habitantes de la Parroquia Los Esteros de Manta

Interpretación:

Los hallazgos demuestran que, la mayor parte de los encuestados destina entre el rango de \$1 a \$20 USD para la compra de comida rápida, aquello implica que, como es de conocimiento la comida rápida se caracteriza por requerir ingredientes básicos, lo que le convierte en un tipo de comida económica, esto sugeriría además que, el consumidor se declina por menús o alimentos que sean asequibles a su poder adquisitivo. Al año 2023 conforme a IDE Business School el 21% del presupuesto de los hogares de familias ecuatorianas es destinado a la compra de alimentos en locales de comida rápida lo que le ubica a este segmento en la segunda posición de rubros hacia donde mayormente se destina el presupuesto familiar, esto representa cerca de \$49 millones de dólares al mes que destinan los ecuatorianos hacia compra de alimentos en locales de comida rápida.

4. ¿Cuál es su rango de edad?

Tabla 6 Rango de edad del encuestado



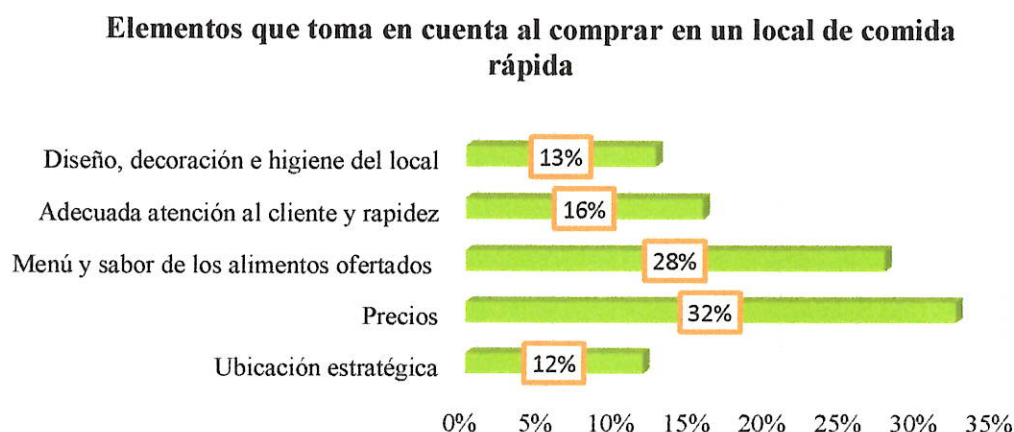
Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco excel de forma inédita a partir de encuesta aplicada a 383 habitantes de la Parroquia Los Esteros de Manta

Interpretación:

El 71% de los encuestados tiene entre 20 a 31 años. Se debe destacar que, la comida rápida está dirigida a todo el segmento familiar, pero, dados los resultados como mercado potencial se pueden establecer a los jóvenes quienes conforme a estudios previos son los más propensos al consumo de comida rápida esto ante elementos como precio, sabor, ahorro de tiempo, etc. También a nivel nacional datos reflejan que, el 63% de adolescentes consume comida rápida, esto según una encuesta de salud y nutrición. En resumidas cuentas, los hábitos alimenticios de los jóvenes no suelen ser tan saludables lo que les direcciona hacia el consumo de comida rápida, esto puede ser visto como una oportunidad potencial para establecer un negocio de este tipo.

5. ¿Qué elementos usted valora, considera principalmente al momento de efectuar la compra en un local de comida rápida?

Tabla 7 Elementos que toma en cuenta al comprar en un local de comida rápida



Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco excel de forma inédita a partir de encuesta aplicada a 383 habitantes de la Parroquia Los Esteros de Manta

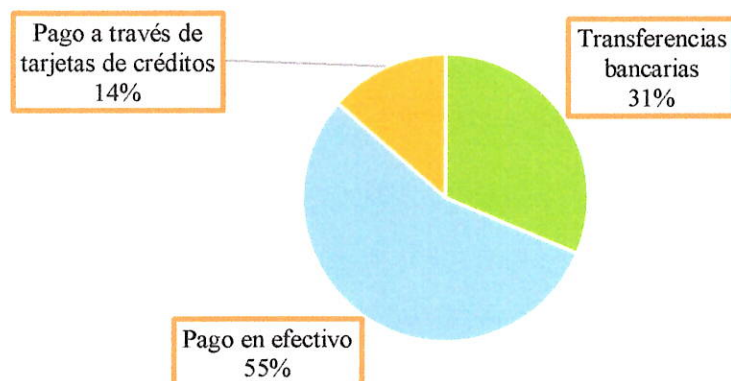
Interpretación:

Al ser los precios y el menú y sabores de los alimentos ofertados los 2 principales factores que consideran los consumidores al comprar comida rápida es claro que, se deben establecer precios asequibles, ajustados a la coyuntura y bolsillo de segmentos o mercados potenciales, así como menús variados cuyo base sean ingredientes frescos, de calidad combinados con una eficiente preparación y sabor. En el caso de los precios al existir amplia competencia de locales de comida rápida establecidos (muchos de ellos de manera informal) la demanda suele ser elástica, por lo tanto, los precios deben ser competitivos en comparación a dicha competencia para lograr acaparar mayor cuota de mercado.

- 6. Si se creara un nuevo local de comida rápida en el sector ¿Cuál sería el método de pago dentro del local de comida rápida que usted más usaría?**

Tabla 8 Método de pago de preferencia dentro del local de comida rápida

Método de pago de preferencia dentro del local de comida rápida



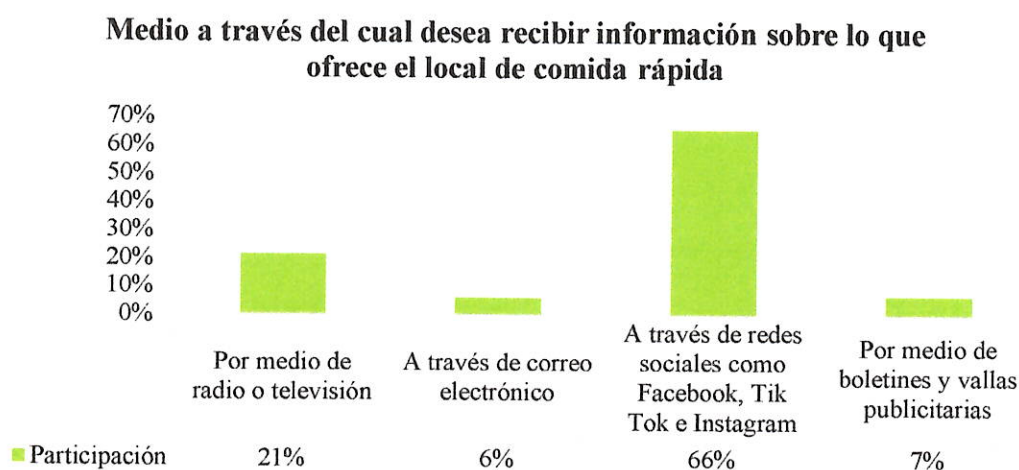
Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco excel de forma inédita a partir de encuesta aplicada a 383 habitantes de la Parroquia Los Esteros de Manta

Interpretación:

El pago en efectivo sigue siendo el principal mecanismo de pago en los locales de comida rápida. Sin embargo, a medida que se fomenta mayor el uso de herramientas tecnológicas, la inclusión y educación financiera, el auge del comercio electrónico mecanismos como el pago por transferencia ganan terreno, esta forma de pago asegura mayor tranquilidad, confiabilidad a los vendedores al ser una transacción que es realizada de manera instantánea y queda plenamente registrada. Todo esto implica que, el establecimiento de un nuevo negocio debe otorgar a los clientes varias formas de pago que se ajusten precisamente a las preferencias de los consumidores y que a la vez agilicen el proceso de venta.

- 7. ¿A través de qué mecanismo o medio le gustaría recibir el menú, promociones e información sobre lo que oferta un local de comida rápida?**

Tabla 9 Medio a través del cual desea recibir información sobre lo que ofrece el local de comida rápida



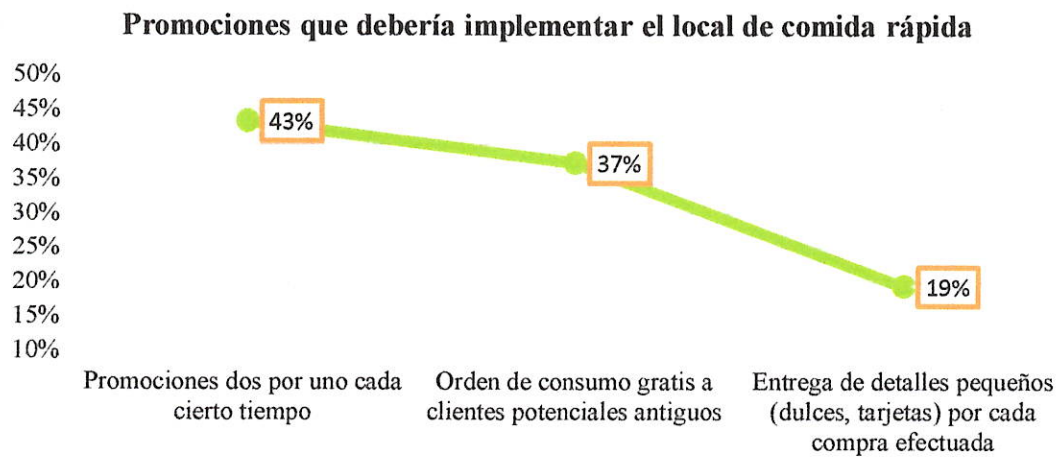
Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco excel de forma inédita a partir de encuesta aplicada a 383 habitantes de la Parroquia Los Esteros de Manta

Interpretación:

De manera categórica el 66% de encuestados elige redes sociales como Facebook, Tik Tok e Instagram como los medios de su preferencia a través del cual desea recibir información sobre lo que ofrece el local de comida rápida. Aquello implica que, conforme ha avanzado el tiempo en temas de marketing y publicidad los medios tradicionales (radio, tv) son de menor uso para dar a conocer o promocionar bienes y servicios. En el caso de las redes sociales, estas son de fácil acceso, tienen un amplio alcance y permiten segmentar mercados- publicaciones, permiten interactuar con los clientes, para los negocios requieren baja inversión y son mecanismos efectivos dentro del marketing digital.

8. ¿Qué tipo de promociones considera importantes que un local de comida rápida debe implementar para fidelizar a sus clientes?

Tabla 10 Promociones que debería implementar el local de comida rápida



Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco excel de forma inédita a partir de encuesta aplicada a 383 habitantes de la Parroquia Los Esteros de Manta

Interpretación:

Las promociones son una estrategia importante dentro del marketing de un negocio, permiten fidelizar clientes, fortalecer el consumo de determinado producto, diferenciarse de la competencia de locales de comida rápida, ampliar cuota de mercado mediante mayor volumen de ventas, así como dar a conocer la oferta o menú con el que se cuenta y así atraer nuevos clientes. Este tipo de estrategias se enfoca específicamente en la satisfacción del cliente y en mejorar su experiencia de compra, a la vez de que se convierten en un impulso o mecanismo para generar visibilidad de la marca (local de comida rápida) y, por tanto, para hacer crecer emprendimientos o negocios ya establecidos.

Capítulo III- Análisis técnico.

El estudio técnico es de suma relevancia dado a que se constituye en la base para delimitar los requerimientos en cuanto a instalaciones, equipos, insumos y personal para llevar a cabo determinado proceso productivo a través de la mejor toma de decisiones. El estudio técnico debe ir cohesionado con una óptima estrategia de inversión dentro de la empresa o negocio de manera que se utilicen de forma eficiente los recursos con los que se cuente. En otras palabras, a diferencia del análisis de mercado en donde se delimita el qué y cómo se va a vender determinado producto, en el análisis técnico se determina el cómo será el proceso productivo y qué se necesita para llevarlo a cabo.

Dentro del análisis técnico se analizan algunos aspectos que conforme avance el documento serán analizados de manera detallada.

3.1. Análisis de ubicación:

Localización del proyecto

Manta es la ciudad en donde se pondrá en marcha el proyecto de inversión. A continuación, se presenta el detalle de la estructura geográfica de Manta dividida por parroquias Urbanas y Rurales.

Tabla 11 División de Manta por Parroquias

Tipo de parroquia	Nombre de Parroquia
Parroquia Urbana	Manta
Parroquia Urbana	Tarqui

Parroquia Urbana	Los Esteros (parroquia de aplicación del proyecto de inversión y que cuenta con alrededor de 75.200 habitantes)
Parroquia Urbana	Eloy Alfaro
Parroquia Urbana	San Mateo
Parroquia Rural	San Lorenzo
Parroquia Rural	Santa Marianita

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco con base a información del GAD Manta

El local de comida rápida “Trakas” estará ubicado en la Parroquia Los Esteros de Manta misma que a lo largo del tiempo ha mostrado un amplio crecimiento económico y desarrollo especialmente de la actividad comercial y de servicios. De acuerdo a boletines del Gad de Manta (2023) en la actualidad el consumo-venta de drogas, inseguridad y descargas de agua residuales hacia el mar son principales problemas dentro de la parroquia como tal. No obstante, especialmente en cuanto a bienestar de los clientes atañe el local estará ubicado muy cerca de espacios públicos los cuales están sujetos a mayor regulación, en donde existe mayor seguridad y también inocuidad.

Ilustración 7 Manta y sus parroquias, división geográfica



Nota: Proporcionada por el GAD Manta

3.2.Capacidad instalada y capacidad utilizada

Las empresas o negocios tienen determinada capacidad de producción la cual es un elemento relevante para medir el grado de eficiencia dentro de las operaciones. En primera instancia se resalta que conforme a Pérez y Alfaro (2020) la capacidad instalada hace referencia al pico, tope o volumen de producción máxima que puede alcanzar una empresa, en este caso se considera que todos los factores productivos (instalaciones, talento humano, equipos, etc.) están

siendo utilizados al 100% de su capacidad, por lo que se logra un rendimiento máximo, en la realidad este es un comercio casi utópico. En la tabla 11 se establece una simulación para el estudio en donde se considera que, se laboran todos los días del mes, durante las 24 horas del día y considerando un número de unidades diarias proyectadas.

Tabla 12 Capacidad instalada en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta

Nombre del producto (alimento a vender)	Horas y minutos al día	Tiempo estimado de preparación (en minutos)	Unidades diarias proyectadas	Días laborables	Unidades semanales preparadas	Unidades anuales
Hamburguesas	24 horas y 1440 minutos al día	24	35	7	245	12740
Hot dogs		32	28	7	196	10192
Pizzas		34	17	7	119	6188
Papas fritas o salchipapas		32	25	7	175	9100
					735	38220
					Total semanal	Total anual

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco en excel de forma inédita

La capacidad utilizada en contraste con la capacidad instalada o potencial muestra el nivel de empleo y uso de los factores productivos de manera real, tal y cual acorde al funcionamiento diario de una organización. Situaciones ajenas a las empresas, carencia de planificación, entre otros factores impiden que muchas organizaciones funcionen al 100% de su capacidad y por consiguiente tenga infraestructura subutilizada. En la tabla 12 se establece una simulación para el estudio en donde se considera que, se laboran 5 días a la semana (2 días de descanso), durante las 8 horas del día y considerando un número de unidades diarias proyectadas. La literatura expresa que, valores inferiores al 70% de capacidad instalada generan ineficiencia, por lo que, en el presente estudio se proyecta una capacidad utilizada que va acorde a los estándares de productividad y eficiencia, misma que en el mediano y largo plazo se busca acrecentar.

Tabla 13 Capacidad utilizada en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta

Nombre del producto (alimento a vender)	Horas y minutos al día	Tiempo estimado de preparación (en minutos)	Unidades diarias	Días laborables	Unidades semanales preparadas	Unidades anuales
Hamburguesas	8 horas y 480 minutos al día	24	35	5	175	9100
Hot dogs		32	28	5	140	7280
Pizzas		34	17	5	85	4420
Papas fritas o salchipapas		32	25	5	125	6500
					525	27300
					Total semanal	Total anual

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco en excel de forma inédita

3.3.Composición de Activos fijos

Tabla 14 Estructura de inversión en activos fijos en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta

Maquinarias y equipos			
Descripción o nombre	Cantidad	Coste por unidad	Coste total
Cilindros de gas industrial	2	\$ 80	\$ 160
Refrigeradora	1	\$ 700	\$ 700
Licuadaora	1	\$ 120	\$ 120
Vitrina	1	\$ 300	\$ 300
Freidora industrial (para hamburguesas, papas fritas o salchipapas)	1	\$ 600	\$ 600
Microondas	1	\$ 175	\$ 175
Peladora de papas industrial	1	\$ 400	\$ 400
Horno industrial 2 cámaras (pizza y hot dogs)	1	\$ 625	\$ 625

Total de inversión en maquinaria y equipos	10	\$ 3.730	\$ 3.810
Gastos en materiales y suministros			
Cortadora de pizzas	1	\$ 4	\$ 4
Juego de cucharas	1	\$ 15	\$ 15
Juegos de vasos	1	\$ 20	\$ 20
Tablas de picar alimentos	2	\$ 10	\$ 20
Espátulas	3	\$ 5	\$ 15
Ollas y vajillas	1	\$ 60	\$ 60
Bandejas	2	\$ 15	\$ 30
Porta servilletas	4	\$ 3	\$ 12
Servilletas	25	\$ 0,5	\$ 13
Fundas plásticas (incluye en las que se sirven hamb, hot d..)	10	\$ 3	\$ 30
Manteles	2	\$ 10	\$ 20
Rayadores	2	\$ 4	\$ 8
Picadores	2	\$ 6	\$ 12
Recipientes para almacenar alimentos o insumos	5	\$ 5	\$ 25
Juegos de cuchillos	3	\$ 10	\$ 30
Juegos de sartenes	2	\$ 40	\$ 80
Total de inversión en gastos en materiales y suministros	66	\$ 210,5	\$ 393,5
Muebles y enseres para la producción			
Mesas de madera rústicas	6	35	\$ 210
Sillas plásticas elegantes	24	6	\$ 144
Asiento colgante	1	250	\$ 250
Total de inversión en gastos en muebles y enseres	31	\$ 291	\$ 604
Suministros para oficina (para uso de administradora)			
Caja registradora	1	730	\$ 730
Silla giratoria	1	200	\$ 200
Teléfono celular del local	1	350	\$ 350
Impresora de recibos	1	200	\$ 200
Computadora	1	600	\$ 600
Total de inversión en gastos en suministros para oficina	5	\$ 2.080	\$ 2.080
Materiales para mantenimiento y limpieza			
Tacho recolector de basura	2	10	\$ 20
Escoba	2	4	\$ 8
Toallas de naturaleza desechable	3	5	\$ 15
Desinfectantes y líquidos para limpieza	3	12	\$ 36
Papel higiénico	8	4	\$ 32
Jabón líquido	8	1,5	\$ 12

Fundas de basura	20	0,2	\$ 4
Total de inversión en gastos en materiales para mantenimiento y limpieza	46	\$ 36,7	\$ 127
Otros gastos (adecuación del local a utilizar)	1	\$ 4.000	\$ 4000
Total invertido en activos fijos			\$ 11.014,5

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco en excel de forma inédita

3.4.Composición de Capital de trabajo

3.4.1. Materia prima

La materia prima es todo aquello que se utiliza dentro un proceso productivo para transformarlo en un producto final, es un insumo. A nivel económico los costos en materia prima sirven de base para el establecimiento del precio final de los bienes o servicios sumados a la mano de obra. La materia prima directa refiere a los materiales esenciales, principales para fabricar un bien de consumo. En tanto que la indirecta refleja los recursos, insumos adicionales, se caracterizan porque en ocasiones son difíciles de identificar, a estos últimos también se les conoce como costos indirectos de fabricación. Considerando que, en el local de comida se expenderán batidos, gaseosas y en escala hamburguesas, hot dogs, pizzas, papas fritas o salchipapas los costos en materia prima directa e indirecta se detallan en la tabla 14.

Tabla 15 Materia prima directa e indirecta en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta

Nombre o detalle de materia prima		Materia prima directa					
	Unidad de medida	Cantidad	Coste por unidad	Coste total de forma mensual	Coste total de forma anual		
Panes de hamburguesa	Unidad	200	\$ 0,20	\$ 40,00	\$ 480,00		
Panes para hot dogs	Unidad	100	\$ 0,20	\$ 20,00	\$ 240,00		
Papas	Quintal	9	\$ 32,00	\$ 288,00	\$ 3.456,00		
Carne molida	lb	35	\$ 1,20	\$ 42,00	\$ 504,00		
Salchichas	gramos	100	\$ 0,20	\$ 20,00	\$ 240,00		
Harina para pizza	lb	20	\$ 3,00	\$ 60,00	\$ 720,00		
Huevos	docena	10	\$ 3,50	\$ 35,00	\$ 420,00		
Aceite	litro	9	\$ 1,75	\$ 15,75	\$ 189,00		
Ajo	kg	5	\$ 2,25	\$ 11,25	\$ 135,00		
Cilantro	kg	8	\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 96,00		
Pimiento	kg	25	\$ 1,10	\$ 27,50	\$ 330,00		
Tomate	kg	26	\$ 1,00	\$ 26,00	\$ 312,00		
Cebolla	kg	30	\$ 1,35	\$ 40,50	\$ 486,00		
Zanahoria	kg	10	\$ 0,75	\$ 7,50	\$ 90,00		
Lechuga	Kg	12	\$ 1,50	\$ 18,00	\$ 216,00		
Leche	litros	24	\$ 1,25	\$ 30,00	\$ 360,00		
Frutas para batidos	Unidad	50	\$ 0,15	\$ 7,50	\$ 90,00		
Total en materia prima directa				\$ 697,00	\$ 8.364,00		
		Materia prima indirecta					
Gaseosas	paca	8	\$ 5,5	\$ 44,0	\$ 528,0		
Agua	paca	4	\$ 2,5	\$ 10,0	\$ 120,0		
Jugos procesados varios	paca	8	\$ 4,0	\$ 32,0	\$ 384,0		
Mantecquilla	kg	4	\$ 2,0	\$ 8,0	\$ 96,0		
Azucar	kg	10	\$ 5,0	\$ 50,0	\$ 600,0		
Sal	kg	10	\$ 0,8	\$ 7,5	\$ 90,0		
Pimienta	libra	2	\$ 0,9	\$ 1,8	\$ 21,6		
Comino molido	kg	2	\$ 0,8	\$ 1,5	\$ 18,0		
Limones	kg	100	\$ 0,1	\$ 5,0	\$ 60,0		
Salsa de tomate	litro	4	\$ 5,0	\$ 20,0	\$ 240,0		
Mostaza	litro	1	\$ 2,3	\$ 2,3	\$ 27,0		
Vinagre	gr	8	\$ 1,1	\$ 8,8	\$ 105,6		
Salsa B&Q	gr	4	\$ 2,3	\$ 9,0	\$ 108,0		
Total en materia prima directa				\$ 199,85	\$ 2.398,20		
Total en materia prima				\$ 896,85	\$ 10762,2		

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco en excel de forma inédita

3.4.2. Mano de obra

Para implementar un local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta se requiere del adecuado talento humano para poder llevar a cabo las actividades internas y logísticas del negocio. En la tabla 15 se destaca cuáles son los requerimientos en cuanto a nómina dentro del local, se evidencia además que se requiere de poca mano de obra, esto ajustado a las necesidades iniciales y objetivos del negocio.

Tabla 16 Costos de nómina por función en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta

Nombre de función o personal requerido	Cantidad	Sueldo, salario o coste mensual unitario	Coste total mensual	Coste total mensual
Propietario o administrador	1	\$600	\$600	\$ 7.200
Cocineros	2	\$450	\$900	\$ 10.800
Vendedor	1	\$450	\$450	\$ 5.400
Mesero	1	\$450	\$450	\$ 5.400
			\$2.400	\$ 28.800
			Total mensual	Total anual

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco en excel de forma inédita

3.5.Composición de Activos diferidos

Tabla 17 Estructura de inversión en activos fijos en local de comida rápida “Trakas” en la Parroquia Los Esteros de Manta

Variable	Monto anual
Permiso de funcionamiento	\$ 150,0
Tasa de cuerpo de bomberos	\$ 60,0
Pago de patente a Gad de Manta	\$ 20,0
Derecho de propiedad intelectual de marca (IEPI)	\$ 210,0
Otros gastos legales de constitución de empresa	\$ 135,0

Estudio de mercado	\$	200,0
Diseño de logo y publicidad	\$	100,0
Total en activos diferidos	\$	875,0

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco en excel de forma inédita

Capítulo IV- Análisis financiero

La importancia del análisis financiero radica en que, bajo un cúmulo de cuentas, variables, indicadores, parámetros y mecanismos de medición se toman decisiones a nivel empresarial de manera más objetiva, informada, teniendo como base la determinación de aspectos como la rentabilidad financiera esperada, inversión inicial, fuentes de financiamiento, flujos de caja proyectados, evaluación de posibles riesgos, básicamente todo aquello que incluye las condiciones y el entorno económico- financiero en donde se desarrolla un determinado proyecto de inversión. Dicho análisis financiero eminentemente cuantitativo se fundamenta con el análisis del investigador para desde la parte cualitativa dar respaldo de manera técnica, coherente a los resultados encontrados.

5.1. Análisis de la inversión inicial requerida según el tipo de componente

La inversión inicial se constituye en un instrumento de planificación financiera y en la base sólida para determinar los montos de capital requeridos que posibiliten poner en marcha una idea de negocio y por consiguiente garantizar la operatividad de las actividades dentro del mismo. Adicionalmente, al determinar la inversión inicial se reduce la incertidumbre de las deficiencias en cuanto a liquidez en el período inicial del negocio. La inversión inicial es recuperable tanto en el mediano y largo plazo, a la par de que puede estar compuesta por recursos autónomos (propios) o fuentes alternativas de financiamiento.

En el presente proyecto de inversión la inversión inicial consta 3 componentes: activos fijos, capital de trabajo y activos diferidos. En el caso de los activos fijos estos pueden ser transformados en liquidez en un periodo de tiempo menor a 1 año fiscal. En otras palabras, los activos fijos corresponden a todos los insumos, maquinarias, equipos, suministros que permanecen

en un lugar y que posibilitan que las empresas desarrollen sus actividades, garanticen su funcionamiento a diario como tal. La desventaja de este tipo de activos es que con el paso del tiempo se deprecian y por lo tanto pierden valor. Los activos fijos pueden ser tangibles o no tangibles.

Dentro de estos activos fijos resaltan los equipos, maquinarias e insumos que son el soporte dentro de las empresas en el proceso productivo enfáticamente para la creación de bienes o servicios. Una adecuada infraestructura, así como logística y planificación en cuanto a la provisión de insumos fomenta la productividad empresarial y se convierte en una ventaja estratégica. En la tabla 17 se muestran a detalle los principales activos fijos necesarios para poner en marcha el proyecto de inversión.

Tabla 18 Activos fijos, inversión inicial destinada

Variable	Monto de inversión
maquinaria y equipos	\$ 3.810,0
Gastos en materiales y suministros	\$ 393,5
gastos en muebles y enseres	\$ 604,0
gastos en suministros para oficina	\$ 2.080,0
Materiales para mantenimiento y limpieza	\$ 127,0
Adecuación y mejoramiento del local	\$ 4.000,0
Total de inversión en el componente de activos fijos	\$ 11.014,5

Nota: Elaborada por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

Por otra parte, el capital de trabajo hace referencia a todos los recursos que se direccionan en el corto plazo para dotar de liquidez a las actividades, operaciones dentro de una organización. El capital de trabajo se ajusta a las necesidades y naturaleza de cada negocio, en ese ámbito es importante que las empresas suelen saber medir y pronosticar cuáles también son sus necesidades

en cuanto a capital de trabajo para evitar falta de liquidez en determinado periodo de tiempo. Por otra parte, este parámetro mide la eficiencia operativa interna en cuanto a la búsqueda de equilibrio entre los pasivos y activos como tal.

Como se observa en la figura 8, los 2 componentes del capital de trabajo más destacados son:

- Materia prima directa e indirecta
- Mano de obra, Pago de nómina, sueldos y salarios

Tabla 19 Capital de trabajo, inversión inicial destinada

Variable	Monto anual
Mano de obra, pago de nómina	\$ 28.800,0
Materia prima directa	\$ 8.364,0
Materia prima indirecta	\$ 2.398,2
Total de inversión en el componente de capital de trabajo	\$ 39.562,2

Nota: Elaborada por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

Finalmente, los activos diferidos en el presente proyecto representan gastos preoperativos para garantizar la formalidad, legalidad y funcionalidad del proyecto, así como aspectos técnicos y relacionados al posicionamiento de la marca del mismo. Como se evidencia en la tabla 20 en el caso del pago de patente y obtención del permiso de funcionamiento estos trámites son gestionados a través del municipio de Manta, con lo que se otorga a través de ellos el derecho de efectuar la actividad económica (venta de comida) dentro de la jurisdicción de manera legal. Gran parte de los activos diferidos están indirectamente relacionados a cuestiones de carácter documental y burocrático.

Tabla 20 Activos diferidos, inversión inicial destinada

Variable	Monto anual
Permiso de funcionamiento	\$ 150,0
Tasa de cuerpo de bomberos	\$ 60,0
Pago de patente a Gad de Manta	\$ 20,0
Derecho de propiedad intelectual de marca (IEPI)	\$ 210,0
Otros gastos legales de constitución de empresa	\$ 135,0
Estudio de mercado	\$ 200,0
Diseño de logo y publicidad	\$ 100,0
Total de inversión en el componente de activos diferidos	\$ 875,0

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

A breves rasgos, el 71% del total de inversión inicial del proyecto corresponde a inversión en el componente de capital de trabajo, el 21% a inversión en el componente de activos fijos, y el 2% restante a inversión en activos diferidos. El capital de trabajo tiene mayor peso dado a elementos como: la naturaleza del proyecto de inversión (venta de comida rápida), los elevados niveles de rotación y requerimientos diarios de insumos-materias primas, a más de la liquidez para garantizar las operaciones del negocio.

Tabla 21 Total de inversión inicial por componentes

Total de inversión en el componente de activos fijos	\$ 11.014,5
Total de inversión en el componente de capital de trabajo	\$ 39.562,2
Total de inversión en el componente de activos diferidos	\$ 875,0
Total de inversión inicial	\$ 51.451,7

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

5.2. Balance general o estado de situación financiera

Este es un informe estructurado que muestra cual es el nivel de activos, pasivos y patrimonio de determinada empresa en un periodo de tiempo, es decir, con lo que la empresa cuenta en el corto, mediano y largo plazo, así como sus obligaciones de diversa índole. En otras palabras, el balance general otorga una visión integral sobre el manejo, salud financiera, y por consiguiente la liquidez, solvencia y solidez de un proyecto de inversión, esto sirve de información valedera para la toma de decisiones como tal.

En la tabla 22 se evidencia el estado de situación financiera del presente proyecto al inicio de las operaciones al “año 0”, es decir, previo a que el proyecto de inversión o negocio entre en funcionamiento u operaciones. De manera concreta, es evidente que el total de activos corrientes es el valor más representativo como consecuencia de la alta liquidez (efectivo corto plazo, 1 año) que se requiere para cubrir los gastos operativos, pago de nómina y adquisición de materia prima. Finalmente, el patrimonio refleja solidez financiera, baja dependencia de financiamiento privado y capacidad de maniobra para la toma de decisiones de crecimiento y expansión.

Tabla 22 Estado de situación financiera al inicio de las operaciones

Activo	
Activo corriente	
Monto de efectivo inicial	\$ -
Mano de obra, pago de nómina	\$28.800,00
Materia prima directa	\$ 8.364,00
Materia prima indirecta	\$ 2.398,20
Total de activo corriente	\$ 39.562,20
Activo fijo o no corriente	
maquinaria y equipos	\$3.810,00
Gastos en materiales y suministros	\$393,50
gastos en muebles y enseres	\$604,00

gastos en suministros para oficina	\$2.080,00
Materiales para mantenimiento y limpieza	\$127,00
Adecuación y mejoramiento del local	\$4.000,00
Monto de activos diferidos o intangibles	\$875,00
Total de activo fijo no corriente	\$11.889,50
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 51.451,70
Pasivo	
Pasivo corriente	
Deuda o crédito a pagar corto plazo (1 año)	\$8.850,00
Cuentas por pagar a proveedores corto plazo (1 año)	\$5.000,00
Total de pasivo corriente	\$13.850,00
Pasivo fijo o no corriente	
Deuda o crédito a pagar largo plazo (3 años)	\$6.730,68
Total de pasivo fijo no corriente	\$6.730,68
TOTAL DE PASIVOS	\$20.580,68
Patrimonio	
Capital propio para el negocio	\$ 30.871,02
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 30.871,02
Patrimonio neto (activos menos pasivos)	\$ 30.871,02
Activo	\$ 51.451,70
Pasivo	\$ 20.580,68

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

5.3. Mecanismos y fuentes de financiamiento para el proyecto de inversión

La falta de financiamiento, por tanto, de recursos de naturaleza monetaria es una de las principales barreras que a nivel empresarial enfrentan los proyectos de inversión, limitando poder cubrir los montos iniciales relacionados a la operatividad del mismo.

No obstante, para superar dichas limitantes es importante determinar una adecuada estructura y combinación de fuentes de financiamiento para garantizar la obtención de los recursos necesarios. En esa línea, como se muestra en la tabla 23 del total de \$51.451,70 USD de inversión inicial requerida el 60% corresponde a capital propio para el negocio, el 40% restante proviene de crédito del sector financiero privado (Banco de Guayaquil). De esta forma se aumenta el nivel de autonomía financiera, se reducen los riesgos financieros y se logra un equilibrio dentro de la estructura financiera del proyecto de inversión.

Tabla 23 Fuentes de financiamiento para poner en marcha el negocio

Variable	Monto
Capital propio para el negocio	\$ 30.871,02
Crédito del sector financiero privado	\$ 20.580,68
Total de inversión inicial	\$ 51.451,70

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

En lo inherente al crédito del sector financiero privado obtenido a través del Banco de Guayaquil este refleja la importancia que el apalancamiento (uso de recursos externos o de terceros) tiene para financiar al menos una parte de los activos y erogaciones necesarias dentro del proyecto de inversión (representan el 40% de la inversión inicial). El nivel de endeudamiento se ajusta a las proyecciones de liquidez y solvencia de negocio, por tanto, se reduce así el riesgo de incumplir con las obligaciones financieras ante a entidad Banco de Guayaquil. El crédito al que se accedió fue por un monto de \$20.580,58 USD, mismo que presenta los siguientes parámetros o condiciones:

- Tasa de interés del 15,6%
- Pago de impuesto a Solca de \$102,90

- Interés total a pagar de \$5.404,49
- Total de valor por concepto de seguros (desgravamen y cesantía) a pagar de \$1.363,99
- Total de valor por concepto de crédito final a pagar de \$27.344,61
- Cuotas mensuales por concepto de crédito final a pagar menores a \$800 USD
- Plazo del crédito es de 3 años, en total 36 meses
- Tipo de amortización elegida fue el francés (cuotas constantes a lo largo del tiempo). (ver tabla 24)

Tabla 24 Tabla de amortización de crédito financiero en Banco de Guayaquil

#	Saldo	Capital	Interés	S. Desgravamen	S. Cesantía	Total Seguros	Cuota
1	\$20,134.80	\$445.20	\$276.48	\$43.35	\$15.45	\$58.80	\$780.48
2	\$19,674.89	\$459.91	\$261.77	\$40.99	\$15.41	\$56.40	\$778.08
3	\$19,217.53	\$457.36	\$264.32	\$41.37	\$15.41	\$56.78	\$778.47
4	\$18,745.69	\$471.84	\$249.85	\$39.05	\$15.37	\$54.42	\$776.10
5	\$18,275.85	\$469.85	\$251.84	\$39.34	\$15.37	\$54.72	\$776.40
6	\$17,799.69	\$476.16	\$245.53	\$38.32	\$15.35	\$53.67	\$775.35
7	\$17,293.99	\$505.70	\$215.99	\$33.63	\$15.26	\$48.88	\$770.57
8	\$16,804.64	\$489.35	\$232.34	\$36.18	\$15.31	\$51.49	\$773.17
9	\$16,301.44	\$503.21	\$218.48	\$33.96	\$15.26	\$49.23	\$770.91
10	\$15,798.75	\$502.68	\$219.00	\$34.01	\$15.27	\$49.28	\$770.96
11	\$15,282.47	\$516.28	\$205.40	\$31.84	\$15.22	\$47.06	\$768.74
12	\$14,766.10	\$516.37	\$205.31	\$31.79	\$15.22	\$47.01	\$768.69
13	\$14,242.79	\$523.31	\$198.37	\$30.66	\$15.20	\$45.86	\$767.54
14	\$13,706.28	\$536.51	\$185.17	\$28.55	\$15.15	\$43.71	\$765.39
15	\$13,168.73	\$537.55	\$184.14	\$28.35	\$15.15	\$43.50	\$765.18

16	\$12,618.26	\$550.48	\$171.21	\$26.29	\$15.11	\$41.40	\$763.08
17	\$12,066.09	\$552.16	\$169.52	\$25.98	\$15.10	\$41.08	\$762.76
18	\$11,506.51	\$559.58	\$162.10	\$24.77	\$15.08	\$39.85	\$761.53
19	\$10,924.45	\$582.06	\$139.62	\$21.24	\$15.01	\$36.25	\$757.93
20	\$10,349.53	\$574.92	\$146.76	\$22.28	\$15.03	\$37.31	\$758.99
21	\$9,762.40	\$587.13	\$134.56	\$20.34	\$14.99	\$35.33	\$757.01
22	\$9,171.87	\$590.53	\$131.15	\$19.74	\$14.98	\$34.72	\$756.41
23	\$8,569.43	\$602.44	\$119.24	\$17.85	\$14.94	\$32.79	\$754.48
24	\$7,962.87	\$606.56	\$115.13	\$17.14	\$14.92	\$32.07	\$753.75
25	\$7,348.16	\$614.71	\$106.98	\$15.82	\$14.90	\$30.72	\$752.40
26	\$6,722.01	\$626.15	\$95.53	\$14.00	\$14.86	\$28.87	\$750.55
27	\$6,090.64	\$631.38	\$90.31	\$13.11	\$14.84	\$27.95	\$749.64
28	\$5,448.14	\$642.50	\$79.18	\$11.35	\$14.81	\$26.16	\$747.84
29	\$4,799.65	\$648.49	\$73.19	\$10.33	\$14.79	\$25.12	\$746.80
30	\$4,142.44	\$657.20	\$64.48	\$8.92	\$14.76	\$23.68	\$745.36
31	\$3,472.82	\$669.62	\$52.06	\$6.99	\$14.72	\$21.71	\$743.40
32	\$2,797.79	\$675.03	\$46.66	\$6.02	\$14.70	\$20.72	\$742.41
33	\$2,112.48	\$685.31	\$36.37	\$4.40	\$14.67	\$19.07	\$740.75
34	\$1,419.18	\$693.30	\$28.38	\$3.06	\$14.64	\$17.69	\$739.38
35	\$715.95	\$703.23	\$18.45	\$1.49	\$14.61	\$16.10	\$737.78
36	\$3.88	\$712.07	\$9.62	\$0.01	\$14.58	\$14.59	\$736.27

Nota: Sacada del portal Web de Banco de Guayaquil

5.4. Determinación del flujo de caja del proyecto de inversión

El flujo de caja muestra los movimientos de efectivo (entradas, salidas de efectivo) que experimenta un negocio o proyecto de inversión, del resultado del flujo de caja se refleja si los ingresos obtenidos permiten cubrir las obligaciones o gastos dentro del proyecto, por tanto, deja en evidencia la utilidad neta y el nivel de liquidez con el que se cuenta. Un mal manejo del flujo

de caja acarrea en precisamente un déficit del flujo de cada, es decir, una situación en donde los egresos superan a los ingresos, caso que no se experimenta en el presente proyecto de inversión.

En la tabla 25 se muestra el flujo de caja proyectado a 6 años bajo supuestos objetivos, realistas con un crecimiento sostenido año a año de las ventas de entre el 8% al 10% en promedio dentro del local de comida rápida, así como el incremento en el pago de nómina en respuesta al crecimiento del negocio y requerimiento de mayor mano de obra. Además, se toman en cuenta proyecciones de procesos inflacionarios que derivan en el incremento anual de las materias primas directas e indirectas. A breves rasgos, los ingresos crecen a un ritmo mayor y sostenido en comparación a los egresos, otorgando un margen de maniobra mayor para el negocio.

De manera concreta, los flujos de caja final desde el año 1 hasta el año 6 son positivos, por lo que, se contará con la solvencia a futuro necesaria para hacer frente a la operatividad y obligaciones de diversa índole contraídas.

Tabla 25 Flujo de caja proyectado a 6 años

Variable / periodo	Periodo 1 (año 1)	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5	Periodo 6
Ingresos totales	62000	67000	71000	75000	80000	86000
Ingresos por conceptos de ventas	62000	67000	71000	75000	80000	86000
Egresos totales	\$40.562,20	\$41.337,20	\$42.112,20	\$42.887,20	\$43.662,20	\$44.437,20
Mano de obra, pago de nómina	\$28.800,00	\$29.275,00	\$29.750,00	\$30.225,00	\$30.700,00	\$31.175,00
Materia prima directa	\$8.364,00	\$8.464,00	\$8.564,00	\$8.664,00	\$8.764,00	\$8.864,00
Materia prima indirecta	\$2.398,20	\$2.498,20	\$2.598,20	\$2.698,20	\$2.798,20	\$2.898,20
Egresos generales (publicidad, servicios básicos, etc.)	\$1.000,00	\$1.100,00	\$1.200,00	\$1.300,00	\$1.400,00	\$1.500,00
Utilidad generada antes de impuestos	\$21.437,80	\$25.662,80	\$28.887,80	\$32.112,80	\$36.337,80	\$41.562,80

Pago de impuesto a la renta	\$35,04	\$329,78	659,34	1065,34	1607,42	2377,17
Utilidad neta	\$21.402,76	\$25.333,02	\$28.228,46	\$31.047,46	\$34.730,38	\$39.185,63
Depreciación de activos fijos (lineal)	\$1.835,75	\$1.835,75	\$1.835,75	\$1.835,75	\$1.835,75	\$1.835,75
Amortización de crédito BG (método francés)	\$8.835,00	\$8.835,00	\$8.835,00	\$8.835,00	\$8.835,00	\$8.835,00
Flujo de caja final	\$10.732,01	\$14.662,27	\$17.557,71	\$20.376,71	\$24.059,63	\$28.514,88

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

5.5. Evaluación financiera

La evaluación financiera es una herramienta cuantitativa dentro del análisis empresarial para por medio del establecimiento de métricas, mecanismos de medición e indicadores poder determinar la factibilidad, viabilidad, rentabilidad de determinado proyecto de inversión, por lo tanto, mediante dicha evaluación financiera se toman decisiones basadas en resultados financieros objetivos y se resuelven problemáticas dentro del manejo interno empresarial, ajustados a la realidad en el que se desenvuelve determinado negocio.

En el presente proyecto para gestionar el riesgo, reducir la incertidumbre dentro del ámbito financiero y delimitar si el proyecto es atractivo o factible para los inversores como tal la evaluación financiera se enfoca en el cálculo y análisis de los principales parámetros e indicadores como:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)
- Periodo de Recuperación (PR) o payback

5.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

Si bien es cierto, una de las funciones del dinero es actuar como depósito de valor dado a que los agentes económicos lo pueden atesorar (guardar), a la par de conservar el poder de compra de él con el paso del tiempo, dicho dinero precisamente con el paso del tiempo pierde valor, por lo tanto, un dólar al día de hoy no tendrá probablemente la misma capacidad de compra (poder adquisitivo) que en el futuro. En otras palabras, ese dólar tiene más valor en la actualidad que en un futuro determinado.

Para evitar esas distorsiones a nivel financiero existe un indicador denominado Valor Actual Neto (VAN) que tiene como función actualizar o traer a valor presente cada uno de los montos de flujo de caja proyectados o esperados a futuro, para ello, se emplea una tasa de descuento (costo de dinero en el tiempo o costos de riesgos asociados) y resta la inversión inicial, con ello se trata de demostrar el valor o la rentabilidad neta que se genera en la actualidad poniendo en marcha dicho proyecto de inversión.

A continuación, se procede a efectuar el cálculo del VAN (mismo que se corrobora con el cálculo de dicho indicador en Excel) considerando una tasa de descuento promedio del 13,43% estimada para este proyecto de inversión.

Fórmula de cálculo del VAN:

$$VAN = \sum_{n=1}^N \frac{F_{t1}}{(1+r)^{t1}} + \frac{F_{t2}}{(1+r)^{t2}} + \frac{F_{t3}}{(1+r)^{t3}} + \frac{F_{t4}}{(1+r)^{t4}} + \frac{F_{t5}}{(1+r)^{t5}} + \frac{F_{t6}}{(1+r)^{t6}} - I_0$$

Donde:

N= total de años o periodos

n= año o periodo en específico

F_t = monto de flujo de caja de año o periodo en específico (1,2,3, etc.)

I_0 = monto de inversión inicial

r= tasa de descuento o TMAR (13,43% estimada para este proyecto de inversión)

Cálculo respectivo:

$$VAN = \sum_n^N \frac{10.732,01}{(1 + 0,1343)^1} + \frac{14.662,27}{(1 + 0,1343)^2} + \frac{17.557,71}{(1 + 0,1343)^3} + \frac{20.376,71}{(1 + 0,1343)^4} + \frac{24.059,63}{(1 + 0,1343)^5} + \frac{28.514,88}{(1 + 0,1343)^6} - 50451,7$$

=20.945, por lo tanto, se acepta el proyecto de inversión

Dado a que el VAN es mayor a 0 conforme a los parámetros de medición se determina que el proyecto genera valor, ganancias, es decir, que es rentable muy por encima de la inversión inicial, y por lo tanto se acepta el proyecto de inversión por medio de este indicador.

5.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR como su nombre lo indica es una métrica cuantitativa expresada de manera porcentual que refleja el beneficio, la utilidad y rendimiento que se aspira obtener dentro de determinado proyecto de inversión de manera anual. En otras palabras, la TIR es aquella tasa que genera que el VAN sea igual a 0 (cuando el VAN es igual a 0 se acepta el proyecto de inversión y al menos se recupera la inversión inicial, hay una situación de equilibrio sin ganancias ni pérdidas. Para determinar la TIR primera instancia se efectúa un proceso de interpolación (para el cálculo manual) que consiste en la estimación, cálculo del VAN habiendo usado de diversas tasas internas de retorno (TIR), a fin de determinar cuál es la que permite que dicho VAN sea igual a 0.

La fórmula del cálculo de la TIR es muy parecida a la del cálculo del VAN, la única diferencia es que el VAN se emplea una tasa de descuento ya conocida o también llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), mientras que en el cálculo de la TIR se busca aquella tasa que hace que el VAN sea igual a 0.

Fórmula de cálculo de la TIR:

$$VAN = \sum_{n=1}^N \frac{F_{t1}}{(1+r)^{t1}} + \frac{F_{t2}}{(1+r)^{t2}} + \frac{F_{t3}}{(1+r)^{t3}} + \frac{F_{t4}}{(1+r)^{t4}} + \frac{F_{t5}}{(1+r)^{t5}} + \frac{F_{t6}}{(1+r)^{t6}} - I_0 = 0$$

Cálculo respectivo:

$$VAN = \sum_n \frac{10.732,01}{(1+0,25155)^1} + \frac{14.662,27}{(1+0,25155)^2} + \frac{17.557,71}{(1+0,25155)^3} + \frac{20.376,71}{(1+0,25155)^4} + \frac{24.059,63}{(1+0,25155)^5} + \frac{28.514,88}{(1+0,25155)^6} - 50451,7=0$$

Considerando que:

- TIR= TMAR o tasa de descuento el proyecto de inversión está en equilibrio, se recupera lo invertido y se acepta
- TIR > TMAR o tasa de descuento el proyecto de inversión es rentable y se acepta
- TIR < TMAR o tasa de descuento proyecto de inversión no es rentable y se rechaza

En el presente proyecto una vez efectuado el cálculo e interpolación se tiene que la TIR es igual al 25,15% (tasa que hace que el VAN sea igual a 0), es decir, esa es la rentabilidad que se proyecta obtener al poner en marcha el proyecto. Dado a que la TIR es del 25,15% y por tanto mayor a la TMAR que es del 13,43% (estimada para este proyecto de inversión) se acepta el proyecto de inversión y se garantiza la rentabilidad del mismo por medio del cálculo de la TIR.

5.5.3. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

Teniendo en cuenta que, generalmente los proyectos de inversión se financian mediante 2 elementos: capital propio para el negocio o crédito del sector financiero (apalancamiento) el costo promedio ponderado de capital es una tasa de interés que refleja el costo que deben de experimentar las empresas o negocios a fin de financiar sus activos o recursos, esto en congruencia a la

proporción, peso, participación que tiene tanto el capital propio como la deuda dentro de la estructura de financiamiento.

A continuación, en la tabla 26 se muestra el resumen y las variables consideradas para el cálculo del WACC, así como posteriormente el cálculo del mismo.

Tabla 26 Variables consideradas para el cálculo del WACC

Variable	Monto	Participación total	Costo de capital y deuda	Promedio ponderado
Capital propio para el negocio	\$ 30.871,02	60%	20,00%	12,00%
Crédito del sector financiero privado	\$ 20.580,68	40%	15,60%	6,24%
Totales	\$ 51.451,70	100%		WACC= 18,24%
Tasa impositiva al sector empresarial promedio	22,00%			

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

Fórmula de cálculo del WACC:

$$WACC = \left(\frac{E}{V} * R_e \right) + \left(\frac{D}{V} * R_d * (1 - T) \right)$$

Donde:

E= monto de capital propio

D= monto de deuda de crédito privado

V= sumatoria de monto de capital propio y monto de deuda de crédito privado

R_e = costo o tasa de capital propio

R_d = costo o tasa de crédito privado

T= tasa impositiva

Cálculo respectivo:

$$WACC = \left(\frac{30.871,02}{51.451,70} * 0,20 \right) + \left(\frac{20.580,68}{51.451,70} * 0,156 * (1 - 0,22) \right)$$

$$WACC = 18,24\%$$

Considerando los siguientes parámetros:

- $TIR = WACC$ o tasa de descuento el proyecto de inversión está en equilibrio, el margen de rentabilidad permite al menos compensar, cubrir el costo de capital del proyecto (capital propio y deuda), por tanto, se acepta el proyecto de inversión
- $TIR > WACC$ o tasa de descuento el proyecto de inversión es rentable, viable dado a que el rendimiento supera ampliamente al costo de capital del proyecto, por tanto, se acepta proyecto de inversión
- $TIR < WACC$ o tasa de descuento proyecto de inversión no es rentable, no se genera valor y no es posible con el margen de rentabilidad cubrir el costo de capital del proyecto, por tanto, se rechaza proyecto de inversión

Dado a que la TIR es del 25,15% y el WACC 18,24% se acepta el proyecto de inversión, es decir, la rentabilidad medida por la TIR supera ampliamente al costo de capital del proyecto medida por el WACC.

5.5.4. Periodo de Recuperación (PR) o payback

Dada una línea de tiempo o conocidos como periodos fiscales, el periodo de recuperación es un indicador que básicamente tomando en cuenta los flujos netos de caja para cada año refleja con exactitud el tiempo estimado para que el proyecto de inversión pueda recuperar el monto correspondiente a la inversión inicial o capital invertido. Su importancia radica en que mide con qué lentitud o rapidez se recupera lo invertido, siendo además un elemento para la proyección de liquidez en el proyecto.

A continuación, en la tabla 27 se muestra el resumen y las variables consideradas para el cálculo del PR, así como posteriormente el cálculo del mismo.

Tabla 27 Variables consideradas para el cálculo del periodo de recuperación

Variable / año o periodo	0 (monto de inversión inicial)	1	2	3	4	5	6
Flujo de caja final	\$ -50.451,7	\$10.732,01	\$14.662,27	\$17.557,71	\$20.376,71	\$24.059,63	\$28.514,88
Flujo de efectivo acumulado		\$10.732,01	\$25.394,28	\$42.951,99	\$63.328,70	\$87.388,33	\$115.903,21

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

Fórmula de cálculo del PR:

$$PR = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a= año anterior hasta donde se recupera la inversión

b= monto de inversión inicial

c= sumatoria de los flujos de caja o valor de flujo de caja acumulado hasta el año anterior hasta donde se recupera la inversión

d= monto del flujo de caja final del año en que se estima recuperar la inversión

Cálculo respectivo:

$$PR = 3 + \frac{(50451,7 - 42.951,99)}{17.557,71} = 3,43$$

Una vez reflejado mediante el cálculo del PR un resultado de 3,43 y efectuando una conversión de dicho resultado en términos de tiempos (periodos) se tiene que, la inversión inicial se recupera en 3 años, 5 meses y 5 días. (ver tabla 28)

Tabla 28 Tabla de resumen del cálculo de PR

PRI	\$ 3,43
Años	3 años
Meses	5
Días	4,8 días (5 redondeado)

Nota: Elaborado por Anayely Jamileth Mendoza Pacheco a partir de análisis y cálculos financieros

Conclusiones

Desde el análisis de mercado, técnico y financiero de manera general el presente proyecto de inversión es factible, viable y cuenta con las condiciones para su ejecución como tal. Dentro de ese marco, y en cohesión con los objetivos de la investigación se presentan a continuación las conclusiones a detalle:

- Dada a la fundamentación teoría, el siguiente proyecto de inversión que tiene que ver con la implementación de un local de comida rápida entre los que consta la venta de hamburguesas, hot dogs, pizzas, papas fritas o salchipapas, bebidas gaseosas, etc., se clasifica dentro de las empresas del sector terciario, es decir, se dedica a la prestación de servicios de alimentación y satisfacción de necesidades de la población mediante la preparación y expendido de alimentos, bebidas, etc. Las principales ventajas de la existencia de un local de comida rápida para los consumidores radican en que les ahorra tiempo, se otorga una atención personalizada, consumen productos a bajo coste, frescos y preparados en el instante. A la par, indirectamente se dinamiza la economía y se generan fuente de empleo directa e indirecta.
- Mediante diversas herramientas de análisis estratégicos como FODA, PESTEL, así como por medio del estudio de mercado efectuado se comprueba que la demanda de comida rápida está creciendo de forma acelerada tanto en Manta como en la Parroquia Los Esteros, de hecho, el 50% de la población encuestada consume comida rápida de manera semanal. A esto se suma que, de manera oficial en la ciudad se evidencia un constante incremento poblacional lo que es un aliciente para que cada vez más ciudadanos potenciales puedan convertirse en demanda o consumidores que desean satisfacer sus necesidades alimentarias.

- La parroquia Los Esteros que es donde se pondrá en marcha el proyecto cuenta con alrededor de 75.200 habitantes y se convierte en una de las más pobladas de la ciudad, por tanto, el flujo comercial, desarrollo urbanístico y crecimiento acelerado la colocan como el punto estratégico para implementar el local de comida rápida. No obstante, las cadenas de comida rápida reconocidas dentro de la ciudad, así como emprendimientos informales dedicados al expendio de comida rápida se constituyen en una fuerte competencia.
- Como aspecto no menor, quienes más consumen comida rápida dentro de la Parroquia Los Esteros son jóvenes de entre 20 a 31 años, con lo que se establece ese como mercado objetivo o nicho potencial quienes a la vez con el auge de la era digital son atraídos especialmente por la publicidad mediante redes sociales y por las promociones de consumo.
- A nivel económico-financiero se requiere una inversión total de \$51.451,7 en activos fijos, capital de trabajo y activos diferidos, de los cuales el 60% corresponderá a capital propio. De manera concreta, tanto los indicadores como el VAN, TIR, WACC confirman que el proyecto es factible, rentable y que la inversión se recupera antes del cuarto año de funcionamiento del local de comida rápida. Además, el flujo de caja evidencia la sostenibilidad del proyecto de inversión, al manejo de liquidez y solvencia en el mediano y largo plazo para hacer frente a las erogaciones a fin de garantizar la operatividad de las actividades.

Recomendaciones

- Al ser un local de comida rápido nuevo y teniendo como mercado potencial los jóvenes para hacer conocer el nombre, la marca y servicios de alimentación es importante efectuar fuertes inversiones iniciales en publicidad mediante redes sociales como Facebook y tik tok, así como de manera tradicional mediante la entrega de afiches, boletines en centros educativos, universidades (alianzas estratégicas con dirigentes estudiantiles de la Uleam, PUCE) y zonas de afluencia.
- Implementar el servicio de envíos a domicilio para ampliar la demanda potencial y brindar facilidades a los clientes en cuanto a forma de pago atañe, yendo así a la par de la era tecnológica.
- Previo la implementación y a lo largo de los años de funcionamiento del local es indispensable constantemente capacitar al talento humano en áreas como atención al cliente, estrategias de ventas, tiempos promedios de atención, eficiencia operativa, etc., estos factores son esenciales para garantizar el crecimiento y la experiencia de compra dentro del local de comida rápida.
- En el mediano plazo (3 años) es recomendable que dado el escenario de alta aceptación del local de comida rápida se expanda la marca y se cree una sucursal en una zona comercial o de alta afluencia dentro de Manta. Para ello, a la par se requiere efectuar un crédito con una diferente entidad financiera privada, a fin de poder apalancar parte de la inversión para la apertura del nuevo local.

Referencias

- Alan, D y Cortéz, L. (2018) Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica. Editorial UTMACH, 2018.<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Alarcón, G. Fierro, S y Castillo, M. (2024). Uso de las redes sociales para la promoción de negocios de comida rápida en la ciudad de Guaranda, año 2024. *Revista Polo del Conocimiento*. file:///C:/Users/orton/Downloads/7724-40428-1-PB.pdf
- Alonso, A. (2023). Desarrollo y necesidades en el siglo XXI. *Las Torres de Lucca. Revista internacional de filosofía política*. file:///C:/Users/orton/Downloads/Dialnet-DesarrolloYNecesidadesEnElSigloXXIUnaLecturaDecrec-8820464.pdf
- Alvarado, M. (2022). Exponen principales problemas de la pesca. *Revista Vistazo*.<https://www.vistazo.com/actualidad/nacional/exponen-principales-problemas-de-la-pesca-MBVI141926>
- Área de Comunicación de APM. (2023). Rendición de Cuentas APM 2022. Publicación web. https://issuu.com/comunicacionapm/docs/rendicio_n_de_cuentas_apm_2022?utm_medium=referral&utm_source=www.puertodemanta.gob.ec
- Autoridad Portuaria de Manta. (2023). Boletín Estadístico Portuario 2023. Publicación institucional. <https://www.puertodemanta.gob.ec/wp-content/uploads/2023/08/Boletin->
- Campines, F. (2024). El Producto y sus Atributos como Factores Fundamentales. *Revista Ciencia Latina*.<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9511>
- Cedeño, X y López, J. (2023). Tecnología en Alimentos: Tendencias. *Revista Polo del Conocimiento*. file:///C:/Users/orton/Downloads/5449-28353-2-PB.pdf
- Choque, B. Mamani, M y Rivera, K. (2023). Consumo de Alimentos Procesados y Ultra procesados, y su Relación con la Actividad Física en Adolescentes. *Revista Comuni@cción vol.14*.http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682023000200111

- Dávila, L y Heredia, P. (2024). Las empresas públicas en Ecuador: historia y evolución. *Revista LATAM*.file:///C:/Users/orton/Downloads/Dialnet-LasEmpresasPublicasEnEcuador-9541065.pdf
- Landeta, D y Cadena, S. (2024) Análisis de las Tendencias de Mercado Internacional para el 2024. *Revista Ciencia Latina*. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9852>
- Loyola, F y Cisneros, D. (2020). Control y contabilización de activos fijos y su incidencia en la toma de decisiones. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*.file:///C:/Users/orton/Downloads/Dialnet-ControlYContabilizacionDeActivosFijosYSuIncidencia-7608930.pdf
- Macías, M y Mero, J. (2022). Importancia de Planeación Estratégica en Empresas en el Siglo XXI. *Revista Polo del Conocimiento*.file:///C:/Users/orton/Downloads/Dialnet-ImportanciaDePlaneacionEstrategicaEnEmpresasEnElSi-8331385.pdf
- Pérez, A y Valencia, K. (2022)-Estudio de Oferta y Demanda para una Asociación de Producción Textil y Costura. *Revista Economía y Negocios*. <https://revistas.ute.edu.ec/index.php/economia-y-negocios/article/view/917>
- Pérez, F y Alfaro, P. (2020). Análisis de factibilidad para el incremento de capacidad instalada. *Revista Ingeniería Industrial*.https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/view/476
- Quintan, D. (2024). Globalización Gastronómica en Chetumal: ¿Cómo las Franquicias de Comida Rápida Están Transformando las Preferencias Alimentarias Locales? *Revista Ciencia Latina*.file:///C:/Users/orton/Downloads/11918-Texto%20del%20art%C3%ADculo-60200-1-10-20240710.pdf
- Racines, M y Chafla, P. (2023) Factores que incidieron en la demanda de artículos de segunda mano en Quito, Ecuador. *Revista Ciencia Unemi*. <https://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/1644>
- Revista Ekos Negocios. (2024). El boom de la comida rápida: ¿Cómo está cautivando los paladares locales y globales? Portal web. <https://ekosnegocios.com/articulo/el-boom-de-la-comida-rapida-como-esta-cautivando-los-paladares-locales-y-globales>

- Salazar, A y Alvarado, L. (2020). Indicadores en el servicio en las pequeñas y medianas empresas restauranteras. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*.file:///C:/Users/orton/Downloads/Dialnet-IndicadoresEnElServicioEnLasPequeñasYMedianasEmpre-7608328.pdf
- Soriano, S. (2021). Análisis del comportamiento de compra de comida rápida. Repositorio UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16884/1/T-UCSG-POS-MMDE-10.pdf>

Anexos

Encuesta aplicada dentro de la fase de análisis del mercado

- 1. ¿Con qué frecuencia suele adquirir alimentos en locales de comida rápida?**
 - De forma diaria
 - De forma semanal
 - De forma mensual
 - De forma semestral
- 2. ¿Qué tipo de alimentos y productos suele adquirir en los locales de comida rápida con mayor frecuencia?**
 - Gaseosas
 - Hamburguesas
 - Salchipapas
 - Pizzas

- Hot Dogs

3. ¿Cuál es el monto estimado que de manera mensual en promedio destina para comprar alimentos en locales de comida rápida?

- De \$1 a \$10 USD
- De \$11 a \$20 USD
- De \$21 a \$30 USD
- Más de \$30 USD al mes

4. ¿Cuál es su rango de edad?

- 14- 19 años
- 20- 25 años
- 26-31 años
- 32-37 años
- Mayor a 37 años

5. ¿Qué elementos usted valora, considera principalmente al momento de efectuar la compra en un local de comida rápida?

- Ubicación estratégica
- Precios
- Menú y sabor de los alimentos ofertados

- Adecuada atención al cliente y rapidez
 - Diseño, decoración e higiene del local
- 6. Si se creara un nuevo local de comida rápida en el sector ¿Cuál sería el método de pago dentro del local de comida rápida que usted más usaría?**
- Transferencias bancarias
 - Pago en efectivo
 - Pago a través de tarjetas de créditos
- 7. ¿A través de qué mecanismo o medio le gustaría recibir el menú, promociones e información sobre lo que oferta un local de comida rápida?**
- Por medio de radio o televisión
 - A través de correo electrónico
 - A través de redes sociales como Facebook, Tik Tok e Instagram
 - Por medio de boletines y vallas publicitarias
- 8. ¿Qué tipo de promociones considera importantes que un local de comida rápida debe implementar para fidelizar a sus clientes?**
- Promociones dos por uno cada cierto tiempo
 - Orden de consumo gratis a clientes potenciales antiguos
 - Entrega de detalles pequeños (dulces, tarjetas) por cada compra efectuada