



UNIVERSIDAD DEL AZUAY  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
ADMINISTRACIÓN  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA  
MONOGRAFÍA DE GRADUACIÓN

TEMA:

PROYECTO PARA INSTALAR UN RESTAURANTE  
TIPO “COMIDA POR VENTANA (DRIVE- THRU)”

ZIPPYS S. A. RESTAURANT

PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO COMERCIAL

REALIZADO POR: JORGE OTAVALO P.

DIRECTOR: DR JORGE PAREDES R.

CUENCA, ECUADOR

2009

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis hijos Giovanna Alexandra y Pablo Rolando.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de todo corazón a mi familia, por el soporte dado para culminar mi carrera, especialmente a mi Madre por haber dado el ejemplo, la constancia, a cumplir nuestras metas, educación es la mejor herencia para el futuro.

Agradezco a la Universidad del Azuay por la oportunidad de terminar una meta, así como mi profesor, y director de monografía, Dr. Jorge Paredes R. que confió en mí mediante su apoyo. Gracias.

## DE ÍNDICE DE CONTENIDOS

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| PORTADA                                 |     |
| DEDICATORIA .....                       | ii  |
| AGRADECIMIENTO .....                    | iii |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS .....              | iv  |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS ..... | vi  |
| RESUMEN.....                            | vii |
| ABSTRACT.....                           | vii |

### CAPÍTULO 1

|                                                    |   |
|----------------------------------------------------|---|
| 1. INTRODUCCIÓN .....                              | 1 |
| 1.1. ANTECEDENTES .....                            | 1 |
| 1.2. CONCEPTO DE COMIDA RÁPIDA.....                | 2 |
| 1.3. COMIDA POR VENTANA (DRIVE THRU) .....         | 3 |
| 1.4. CONCEPTO DE SERVICIO PERSONAL DE COMIDA ..... | 5 |

### CAPÍTULO 2

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 2. MARCO LÓGICO .....                          | 7  |
| 2.1. DESARROLLO .....                          | 10 |
| 2.2. OBJETIVO GENERAL .....                    | 11 |
| 2.3. OBJETIVO ESPECÍFICO DEL PROYECTO .....    | 11 |
| 2.4. UBICACIÓN .....                           | 11 |
| 2.5. EMPRESA LIMPIA EN PRODUCCIÓN LIMPIA ..... | 14 |

### CAPÍTULO 3

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 3.1. ESTUDIO DE MERCADO.....           | 16 |
| 3.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA .....       | 19 |
| 3.3. ESTUDIO PRODUCTO.....             | 19 |
| 3.4. COSTO DEL PROCESO .....           | 21 |
| 3.5. ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS..... | 26 |
| 3.6. ESTUDIO TÉCNICO.....              | 27 |
| 3.7. ESTUDIO FINANCIERO .....          | 29 |
| 3.8. OTROS ESTUDIOS.....               | 32 |

## **CAPÍTULO 4**

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 4. RECOMENDACIONES .....                               | 34 |
| 4.1. RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO            |    |
| PARA LA EMPRESA.....                                   | 34 |
| 4.2. RECOMENDACIONES PARA COMPRAS Y VENTAS .....       | 35 |
| 4.3. RECOMENDACIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS.....     | 35 |
| 4.4. PATENTIZACIÓN DE LA EMPRESA .....                 | 36 |
| 4.5. RECOMENDACIONES SOBRE EL DISEÑO ESTRUCTURAL ..... | 36 |

|                                         |      |
|-----------------------------------------|------|
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS ..... | vi   |
| BIBLIOGRAFÍA .....                      | viii |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS

|                                        |                 |
|----------------------------------------|-----------------|
| System Mac Driver – Through Mac Donald | Imagen 1.....4  |
| Zonificación restaurant                | Imagen 2.....13 |
| Diagrama de cocina                     | Imagen 3.....28 |
| Estructura Marco lógico                | Cuadro 1.....9  |
| Estructura Marco lógica                | Cuadro 2.....10 |
| Sistema de escogimiento de ubicación   | Cuadro 3.....12 |
| Costos de sándwiches de carne          | Cuadro 4.....23 |
| Costo de Sándwiches Burger             | Cuadro 5.....24 |
| Costo de la ensalada                   | Cuadro 6.....24 |
| Costo del Perro caliente               | Cuadro 7.....25 |
| Costo producto                         | Cuadro 8.....26 |
| Punto de equilibrio                    | Cuadro 9.....32 |

## **RESUMEN**

La idea del proyecto de la elaboración de comida rápida, con servicio por ventana (drive – Thru), para la ciudad de Cuenca como idea innovadora hacia el futuro, es una alternativa de acción que representa que muchas familias, con un costo razonable, puedan alimentarse saludablemente.

Este proyecto recoge varias aspiraciones e inquietudes para un mejor servicio a los clientes, que son la fuente de soporte para crecimiento de un negocio, ellas son el engranaje que impulsa la economía familiar, así como búsqueda de rentabilidad a la inversión.

El proceso de elaboración presenta una propuesta de producción limpia, de cocina abierta para que el consumidor tenga la oportunidad de mirar cuál es realmente la forma de preparación de su alimentación, y pueda comprobar la utilización de materias primas e ingredientes de la mejor calidad.

Creo que al finalizar este trabajo se ha cumplido los objetivos planteados para desarrollar el proyecto. Quedando tan solo la esperanza de completar el proyecto con su ejecución, o que sirva para que alguien lo realice.

## **ABSTRACT**

The idea about Project of the elaboration of fast food, with drive – thru service, for the city of Cuenca, is an innovative idea for the future as well as an alternative action for a lot of families who will be able to at healthily for a reasonable cost.

This project brings together various objectives and uncertainties in order to offer a better service to customers who are the source of support for the growth of the business; they also turn the family economy. In this way, it also looks for profitability in the investment.

Within the process of manufacturing, a new proposal of clean production and the open kitchen has been proposed; the consumer has the opportunity to really see what they are eating. This reflects the daily services offered, which use the best quality raw materials and ingredients.

I believe that this work is done, I had accomplish the planter objet was achievement in this project. I hope so some vary came finish this project and execute this mission.

## **BIBLIOGRAFÍA**

BUENO, Patricio. Investigación Científica, métodos y técnicas. Primera edición: Agosto 2001, 154 p.

BLANCO, Adolfo. Formulación y evaluación de proyecto. Ediciones Teran. 4ta. Edición.

CARVAJAL, Lizardo. Metodología de la investigación científica. 12 ediciones. Cali 1998. 139 p.

MAC, Donald. Wikipedia. La enciclopedia libre. Enero 2009.

MARIOTTI, John. Marketing. Mac Graw Hill.

VANEGAS, Paúl. “Formulación de pequeños rurales”. Primera Edición: Junio de 2006, 157 p.

DUAS: Dynamic Urgencia Access System: Delgado Federico.

<http://mcdonalds.com/corp/values>. Abril 2006

<http://www.gestiopolis.com/canales/finaciera/30/epe>.

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldoes/ger/clean pn.htn>- 2007

<http://web del professor.ula.ve>/Metodología de la Investigación, monografía y tesis. Briseño María.

<http://www.mistureaqs.com.ve/tesis> y monografía

<http://sbagov./españa/biblioteca.com/linea/precio>

<mailto:mmaurera@uneser.edu.ve>/Aplicación e investigación de mercado. Castillo Maurera.

Terigal: Mac Donald. 25 de junio de 2008

[www.infomipyme.com/El](http://www.infomipyme.com/El) mercado. Investigación del mercado.

Windows Internet Explorer: Estudio del mercado.org.com

Windows Internet Explorer: Estudio de Mercado. Análisis del precio.esmas.com

Windows Internet Explorer: Estudio de Mercado online

Windows Internet Explorer: Negocio de comida.

Wikilearning Como introducir producción limpia en la empresa. Mejía. Martha. Mayo 2006.

Wikipedia: MacDonald, Comida rápida infantil.

Wikipedia: MacDonald, Estudio de Mercado. Capítulo 2

Wikipedia: MacDonald, Responsabilidad Corporativa. Capítulo 3

## **UNIDAD 1**

### **INTRODUCCIÓN:**

#### **1. TEMA: MOTIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

Dado el alto grado de desarrollo de Cuenca siento la necesidad de crear en la ciudad un tipo de restaurante que brinde servicio excelente: Un surtido de comidas rápidas pero de un adecuado poder nutritivo, con combinaciones promocionales, que se puede ofrecer al cliente, con un servicio directo por venta (drive tru), lo que se denominaría el servicio directo para vehículos, a un precio competitivo.

El riesgo está en el reto de aceptabilidad de la idea y su funcionalidad en la praxis.

##### **1.1. ANTECEDENTES**

La industrialización y el desarrollo de los pueblos van generando la necesidad de que sus habitantes vayan encontrando comodidades en sus vidas cotidianas. Una de ellas es la alimentación. El sistema de comidas rápidas, bien tratadas, es una alternativa para el ahorro, tanto económico como de tiempo.

Uno de los aspectos de gran preocupación es el funcionamiento de los locales dedicados a la venta de comida que se encuentran dentro de las casas o edificios habitacionales, que representan un gran peligro para el uso de tanques de gas en el interior de los restaurantes.

Por ello sería necesario ir desarrollando nuevas ideas que permitan mejorar su funcionamiento en base a la seguridad.

Desde la perspectiva del cliente se puede determinar tres tipos de cocina:

- a. Abierta
- b. Semi – abierta
- c. Cubierta

Esto permite evaluar el contacto visual del cliente frente a los alimentos que recibe. Por lo que el restaurante debe estar preparado para compartir con el consumidor las

diferentes inquietudes. Evaluando los sistemas de contaminación que puede darse, lo que le permite al consumidor seguridad confianza en los alimentos que recibe.

La elaboración de la comida rápida se da por la falta de tiempo de las familias, para preparar su alimentación o porque ellas se van volviendo disfuncionales en los momentos de sentarse a la mesa por diferentes motivos: horario de clases, horarios de trabajos o, simplemente, porque no hay tiempo para estar juntos, lo que va produciendo que se debe concurrir a lugares de rápido servicio.

Cabe destacar que, anteriormente, las amas de casa estaban más dedicadas a las labores de la cocina lo que les permitía elaborar platillos más nutritivos comparados con los alimentos ligeros que la sociedad cada vez va consumiendo más por los motivos anteriormente mencionados.

Otro de los motivos es la situación económica que está pasando el país, lo que hace que los consumidores concurren a lugares de expendio comida de bajos precios, con buena calidad, sin perder su concepto de excelencia en su servicio, ya que de ello dependerá el éxito del negocio.

Si miramos que, cada vez, el tráfico va afectando a las ciudades en crecimiento, este tipo de servicio por venta (drive Tru) o servicio a automotores pequeños permite descongestionar, ya sea el servicio como el parqueadero, especialmente en las horas de mayor tráfico como son las horas del almuerzo.

Cabe destacar que, para poder establecer este servicio, se requiere de restaurantes islas o de construcción independiente para poder introducir una ventana a la que tengan acceso directo los vehículos, sin efectuar su perfecta circulación.

## **1.2. CONCEPTO DE COMIDA RÁPIDA**

El concepto de comida rápida aparece con la creación de la más grande empresa con franquicia en el mundo, que con sus promociones y publicidades es conocida en el mundo.

MAC DONALD. Compañía líder en servicio, eficacia y controles de servicio, determinados a través de su “universidad de la Hamburguesa”, con una preparación humana y técnica capaz de manejar todas y cada una de las franquicias a nivel mundial con parámetros de unificación en su producción de comida.

Por ello se ha llegado a calificar con el nombre de comida Chatarra, por su sencillez de preparación como por la elaboración en serie, con igual número de ingredientes, en cada uno de los productos, en cada una de las empresas que han adquirido la franquicia. De no cumplir los requisitos la empresa puede perder la franquicia.

Por lo tanto “Rápido” no es sinónimo de malo sino de eficiencia y servicio.

En nuestro medio existen gran cantidad de tiendas o mini restaurantes o salones que ofrecen sándwiches, papas fritas, perros calientes, etc. con la diferencia que cada uno de ellos tienen sus propias recetas y formas de servir.

### **1.3. CONCEPTO DE COMIDA POR VENTANA (DRIVE TRU)**

El concepto de servicio por ventana (DRIVE THROUGH) se lleva cabo por primera vez en el hospital de “Terrassa” o llamado también “General”, como medida de descentralización de servicio de las órdenes de farmacia, para que lleguen directamente a los pacientes y no tengan que pasar por diferentes oficinas, eliminando la burocracia y por lo tanto reduciendo costos y agilidad en el servicio.

DUAS: Dynamic Urgencias Access System crea el primer sistema de comunicación que permite comunicarse desde la parte exterior del establecimiento al interior del local a través de la venta de servicio, lo que le permite tomar sus pedidos de alimentos y enviarles a sus respectivas áreas de cocina para su elaboración.

Partiendo de esta idea Wi-FI logra crear un software, para este sistema de comunicación que, al comienzo fue tan sólo de un restaurante en la interestatal 55 de Minnesota por la compañía Wendy; luego la gerencia de Mac Donald decide introducirlo en 12 restaurantes, siendo en la actualidad alrededor de 13.000 restaurantes en los EEUU.

Este sistema de comunicación, conectados con sensores para detectar la presencia de vehículo, con cámaras que permiten mirar al cliente que está listo a ordenar su comida o, preguntar sobre el menú, hace que la atención sea cordial y eficiente.

DUAS: Dynamic Urgencies Access  
System



Imagen 1: System Mac drive – Though de Mac Donald. (1) copia página 5 DUAS de Federico Fernández.

“En 1940 los hermanos Mac Donald se mueven al Aeródromo que se construye en San Bernardino, California, donde ellos abren el restaurante del primer McDonald, sobre la Ruta 66, el 15 de mayo. Su menú consiste en 25 artículos, sobre todo barbacoa. Ray Kroc era un fabricante y vendedor de máquinas de batidos. En 1955 decidió ir a visitar un restaurante dónde le habían hecho un pedido de ocho de ellas, mientras que el promedio era de una. Cuando llegó a McDonald’s se encontró con que solo la limpieza era excelente, sino que brindaban un servicio muy rápido a los clientes. Fue entonces que miro el éxito e ingreso a la nueva empresa.

En 1975 McDonald’s incorpora el servicio al auto a través de una ventanilla al costado del restaurante (en inglés, drive – through). Este nuevo concepto, ya había sido aplicado por la Cadena Wendy y, anteriormente, por un restaurante llamado Pig Sándwich (aunque esta compañía fue la primera en introducir el servicio de drive through, actualmente ha dejado de implementar este servicio para implementar un servicio más personal con el cliente y consumido)”.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Referencia: Documentos MacDonald.

Fue un éxito entre los automovilistas que no deseaban perder tiempo. El sistema funciona aún, y consiste en hacer el pedido sin bajarse del auto a través de un citó – fono o intercomunicador, luego se avanza con el auto hasta una ventanilla donde se paga y se retira el pedido.

El Ney York Times, el 18, de Julio de 2004, un periódico de gran importancia en los EE.UU. en sus articulados de prensa sobre alimentación dice que: “DRIVE THROUGH es lane to the next time zone” (escrito por Michael FitzGerald) a referirse a los restaurantes que utilizan pickup up Windows, o el retiro de la comida por la ventana como medida de éxito en un tiempo corto inferior a un minuto, 30 segundos. Se da el nombre de servicio por VENTANA (DRIVE TRU) porque el cliente da la orden en la parte exterior del local, desde su automóvil, a través de intercomunicadores, luego llega hasta la ventana para recibir su comida, paga, retira y lleva su comida de regreso a su oficina, casa, parque, etc.

Una de las ventajas de este servicio es la seguridad para el restaurante porque, mediante cámaras, se puede detectar placas, color de vehículo y conductor lo que hace que su riesgo de asaltos o robos disminuya, especialmente en las horas de menor trabajo.

Desventajas del sistema son los espacios que se requiere para su funcionamiento, porque deben ser lugares islas para que puedan funcionar eficazmente.

Otra desventaja seria la alta tecnología y su mantenimiento para su funcionamiento, por lo que se requiere de personal altamente calificado.

Cabe destacar que este servicio por ventanilla para los autos, no solo funciona para restaurantes sino también se puede emplear en otros negocios, lo que permitiría un mayor flujo de carros y por lo tanto el servicio de ventana facilite su atención inmediata por lo se evitaría la incomodidad de encontrar parqueadero.

#### **1.4. CONCEPTO DE SERVICIO PERSONAL DE COMIDA**

Dentro de la generalidad del restaurante debe mantenerse como objetivos la rapidez así como el excelente trato al cliente, pero con costos bajos. El sistema elimina el servicio de meseros, por lo que el cliente debe retirar su comida de la ventanilla de entrega, para ubicarse en el lugar escogido por el cliente.

En el concepto de inter relación de consumidor empresa es necesaria la participación del cliente (el retirar su comida, ayudar al mantenimiento del local) dando flexibilidad al actuar recíprocamente en este ambiente franco y cordial.

Este sistema de servicio personal se puede aplicar a restaurantes denominados combo, en los que puede ofrecerse comidas rápidas o comidas que tengan una preparación especial o larga, en consecuencia de duración larga por su cocido.

En este ambiente de producción limpia, en el que el restaurante es de cocina abierta, un primer paso al hacia el manejo ambiental sistemático es elaborar una declaración de política ambiental en la que, la gerencia defina sus objetivos y metas claves. Se puede establecer principios orientadores claros para todas las situaciones cruciales en que los aspectos ambientales requieren consideración, pero en ciertos casos deben ponerse en comparación con ventajas económicas a corto plazo.

Los objetivos definidos establecen un punto de referencia para un manejo ambiental eficiente, con el fin de reducir la contaminación ambiental, deben ir seguidos de pautas que integren problemas ambientales desempeñan un papel importante.

Por lo tanto, introducir estos nuevos aspectos fundamentales en la Nueva cocina Abierta, con un ingrediente adicional con Cocina limpia, será el resultado de este nuevo proyecto, el cual despertaría nueva creatividad en el desarrollo de la comida rápida, con efectividad y precios económicos abrirán las puertas de nuevos mercados.

## **UNIDAD 2**

### **2. MARCO LÓGICO**

#### **LA MATRIZ DE MARCO LÓGICO**

La matriz de Marco Lógico constituye el concepto central en el que se basa una herramienta que permite visualizar y organizar en forma estructurada la información más relevante de cada proyecto.

La Matriz del marco lógico es presentada como matriz de cuatro por cuatro.

Las cuatro columnas proveen la siguiente información:

- Un resumen narrativo de los objetivos y actividades.
- Indicadores (metas específicas a ser alcanzadas).
- Medios de verificación.
- Supuestos (factores externos que implican riesgo).

Las cuatro filas presentan información sobre objetivos, indicadores, medios de verificación y supuestos, en diferentes momentos de la vida del proyecto:

- El Fin al cual el proyecto contribuye significativamente después que ha entrado en operación.
- El Propósito (una hipótesis) logrado citándose el proyecto se ha planteado.
- Los Componentes producidos durante la ejecución.
- Las Actividades requeridas durante la ejecución para producir los componentes.

#### **LOS INDICADORES A NIVEL DE FIN Y PROPÓSITO**

Los indicadores especifican tres dimensiones de los resultados que se desean: cantidad, calidad y tiempo.

Los indicadores deben medir el cambio que puede ser atribuido al proyecto, y debe ser obtenible a un costo razonable, preferentemente de fuentes de información existente y recogidas durante las actividades del proyecto.

## **INDICADORES A NIVEL DE COMPONENTE**

Los indicadores para los componentes son las descripciones realizadas de los trabajos físicos, los bienes, estudios, los servicios y los entrenamientos previsto por el proyecto. Al igual que con todos los indicadores, la descripción debe especificar cantidad, calidad y tiempo o plazo.

## **INDICADORES A NIVEL DE ACTIVIDADES**

El presupuesto del proyecto sirve como indicador de Servicios/Actividad. La parte del proyecto a ser desembolsada, de forma de ciertas actividades puede ser logrado, se presenta en la columna de Indicadores, junto al grupo de actividades que producirían o crearían un componente.

Al revisar la columna de indicadores, los administradores deben comprobar que:

Los indicadores del propósito no son un resumen de los componentes sino una medida de resultado de tener los componentes en operación; los indicadores miden lo que es más importante; todos los indicadores son especificados en términos de cantidad, calidad y tiempo o plazo.

El presupuesto es suficiente para realizar las actividades identificadas.

## **MEDIOS DE VERIFICACIÓN**

El Marco Lógico cuando el ejecutar y evaluar puede obtener información de los indicadores. Esto obliga a los planificadores del proyecto a identificar fuentes existentes de información o proveer información, quizá como un proyecto servicio/actividad. Si esto se hace bien, esta columna desempeña un papel importante.

## **SUPUESTOS**

La columna de supuestos juega un papel importante, tanto en la planificación como en la ejecución. En la etapa de planificación, ayuda a identificar riesgos que pueden ser evitados incorporando elementos adicionales en el proyecto mismo. Dado que

este supuesto es crítico para lograr el propósito del proyecto, la buena voluntad del personal no debe ser dejada al azar.

Los supuestos son también importantes durante la ejecución. Indican los factores que el ejecutor del proyecto debe prever, tratar de influir y tratar con planes de contingencia.

Los supuestos generales tienden a ser colocados en niveles más altos del marco lógico, a niveles de propósito o fin, y los supuestos para actividades y componentes tienden a ser más específicos.

| <b>ESTRUCTURA DEL MARCO LÓGICO</b>                                                                            |                                                                                                                                                     |                                                                                                               |                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Resumen Narrativo<br>De los objetivos                                                                         | Indicadores                                                                                                                                         | Medio de<br>Verificación                                                                                      | Supuestos                                                 |
| <b>FIN</b>                                                                                                    |                                                                                                                                                     |                                                                                                               |                                                           |
| Es el cambio en la realidad a la cual pretende aportar el proyecto solo aporta pero no alcanza a conseguirlo. | Son instrumentos que permite medir un aspecto de la realidad y que comparando entre si en tiempo distinto permiten visualizar los cambios logrados. | Son la base de datos documentos, encuestas que pueden conseguirse o elaborarse para verificarse lo alcanzado. | Los supuestos son eventos decisiones para cumplir el fin. |
| <b>PROPÓSITO</b>                                                                                              |                                                                                                                                                     |                                                                                                               |                                                           |
| Es el cambio que se pretende lograr con el proyecto.                                                          | Son indicadores de efecto ¿Qué efecto produce en la realidad el objetivo planteado?                                                                 | Son la base de datos documentos, encuestas que ueden conesguirse o elaborarse para verificarse lo planeado.   | Indican los eventos fuera de control                      |

**Cuadro 1**

| <b>COMPONENTES</b>                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                          |                                                                                                                          |                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Son los cambios por ejes de acción que pretende lograr el proyecto y que sumados permiten alcanzar el cambio expuesto en el propósito.                                 | A este nivel los indicadores se denomina indicadores de resultado y su pregunta es ¿Qué componentes son necesarios implementar para cumplir el objetivo? | Son la base de los datos documentos, registros que pueden conseguirse o elaborarse para verificar el producto Planteado. | Son los eventos fuera de control. Acciones Necesarias                    |
| <b>ACTIVIDADES</b>                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                          |                                                                                                                          |                                                                          |
| Son el conjunto de acciones tangibles que son necesarias para cumplir los componentes. Cada componente tendrá una serie de actividades que deben realizar en el tiempo | Las actividades por si mismas son indicadores de cumplimiento. Es necesario precisar el tiempo, los responsables de la ejecución del proyecto.           | Son los registros asistencia y diarios de campo, así como los diferentes informes que se realizan en el proyecto.        | Sucesos Condiciones Decisiones que están fuera del alcance del proyecto. |

**Cuadro 2**

## **2.1. DESARROLLO**

Antes de empezar a desarrollar a fondo el proyecto, se debe considerar ciertos aspectos básicos de la administración que permita dar con mayor claridad el enfoque del proyecto:

La administración siempre está enfocada a lograr fines y resultados. En ocasiones, los ejecutivos no relacionados con el negocio afirman que el objetivo de los administradores de empresas es sencillo: obtener utilidades o beneficios. Para muchas empresas de negocios, una meta importante es el aumento a largo plazo del valor de sus acciones comunes.

En un sentido muy real, en todo tipo de organizaciones, tanto lucrativas o de servicio social, el objetivo lógico y públicamente deseable de los administradores debe ser obtener un superávit: tiene que establecer un ambiente en el que las personas puedan alcanzar metas de un grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales e insatisfacción personal, o en el que puedan lograr al máximo posible una meta deseada con los recursos disponibles.

En organizaciones no lucrativas, que no tengan responsabilidad con respecto a las utilidades totales del negocio, los administradores también tienen metas y deben

esforzarse para lograrlas con el mínimo de recurso o alcanzar hasta donde sea posible con los recursos disponibles.

## **2.2. OBJETIVO GENERAL**

El objetivo primordial de este proyecto es presentar una propuesta de creación de una empresa que produjera alimentación continua de cocina abierta mediante el lema: “LA SALUD EMPIEZA POR SU BOCA”.

Según los principios fundamentales de la administración que consiste en producir una rentabilidad que permita mantener los estándares de funcionalidad de la empresa.

## **2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

- Estimar los costos operacionales en base a maximizar eficiencia del proceso de elaboración de los productos.
- Estandarizar todos los componentes que representen la estructura del sistema de Empresa LIMPIA.
- Llegar a determinar, a corto y mediano plazo, cuál es el impacto social que representa estos nuevos procedimientos en la sociedad.
- Minimizar los riesgos operacionales de la empresa, permitiendo una mayor competencia entre las empresas del mismo género.
- Proyectar rentabilidad sobre las inversiones y liquidez sobre las operaciones de la empresa.

## **2.4. UBICACIÓN**

El estudio de la Ubicación o localización se dirige a encontrar el lugar más adecuado para el proyecto, procurando obtener el máximo beneficio, mediante el análisis de variables o fuerzas de macro y micro localización.

La importancia de una selección apropiada para la localización del proyecto se manifiesta en diversas variables, cuya recuperación financiera podría hacer cambiar el resultado de la evaluación.

El análisis de la ubicación puede realizarse con distintos grados de profundidad, que dependerá del nivel de formulación (perfil, pre factibilidad, factibilidad).

Independientemente de ello, hay dos etapas necesarias: la selección de una macro localización, y dentro de esta la micro ubicación definitiva.

Por la importancia que tiene la ubicación por la estructura del negocio, debe tener un diseño arquitectónico que permita la circulación vehicular al interior del establecimiento con facilidad pues de ello depende el éxito del negocio.

Una de las principales preguntas que debo plantearme es:

¿Dónde va a estar ubicado mi local?

¿Qué lugar es el más apropiado para este tipo de negocio?

¿Debo rentar o construir?

¿El costo que representa esta inversión?

Después de haber realizado visitas a diferentes lugares para evaluar cuál sería el lugar ideal en el cual va a estar ubicado este negocio, se ha tomado en cuenta las preguntas antes mencionadas así como otros aspectos importantes como:

- Circulación vehicular en el área donde va a estar ubicado el local.
- Facilidad de tráfico continúa al área de ubicación.
- Señalización correcta en las áreas aledañas al lugar de funcionamiento.

Después de haber evaluado las diferentes opciones para encontrar el lugar perfecto para su funcionamiento se procederá a la elaboración de un cuadro de localización con dos opciones diferentes en la que opción A se encuentra en el centro histórico y la opción B se encuentra alrededor del estadio o Ejido.

| <b>SISTEMA DE ESCOGITAMIENTO DE LA LOCALIZACIÓN POR CRITERIO</b> |                 |                    |        |        |      |
|------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------|--------|--------|------|
| Factores de estudio                                              | A<br>Valoración | B<br>Valoración    | A<br>% | B<br>% | %    |
| Valor de renta                                                   | \$ 500,00       | \$ 600,00          | 60%    | 50%    | 100% |
| Precio Construcción                                              | \$ 1.440,00     | \$ 1.000,00        | 69,40% | 100%   | 100% |
| Circulación vehicular                                            | 40 carros/hora  | 75 carros/hora     | 40%    | 75%    | 100% |
| Facilidad de tráfico                                             | Un solo carril  | Dos o más carriles | 50%    | 100%   | 100% |
| Señalización adecuada                                            | Regular         | Excelente          | 40%    | 100%   | 100% |
| Concurrencia masiva                                              | 30 personas/h   | 50 personas/h      | 30%    | 50%    | 100% |
| Totales                                                          |                 |                    | 289,4  | 475    | 100% |

**Cuadro 3**

Consideremos el porcentaje más alto, por las mayores expectativas que presenta el proyecto.

De acuerdo al cuadro de resultados la opción ideal es ubicar alrededor del Ejido por los intereses del restaurante, preferentemente en intersecciones de avenidas importantes por su concurrencia.

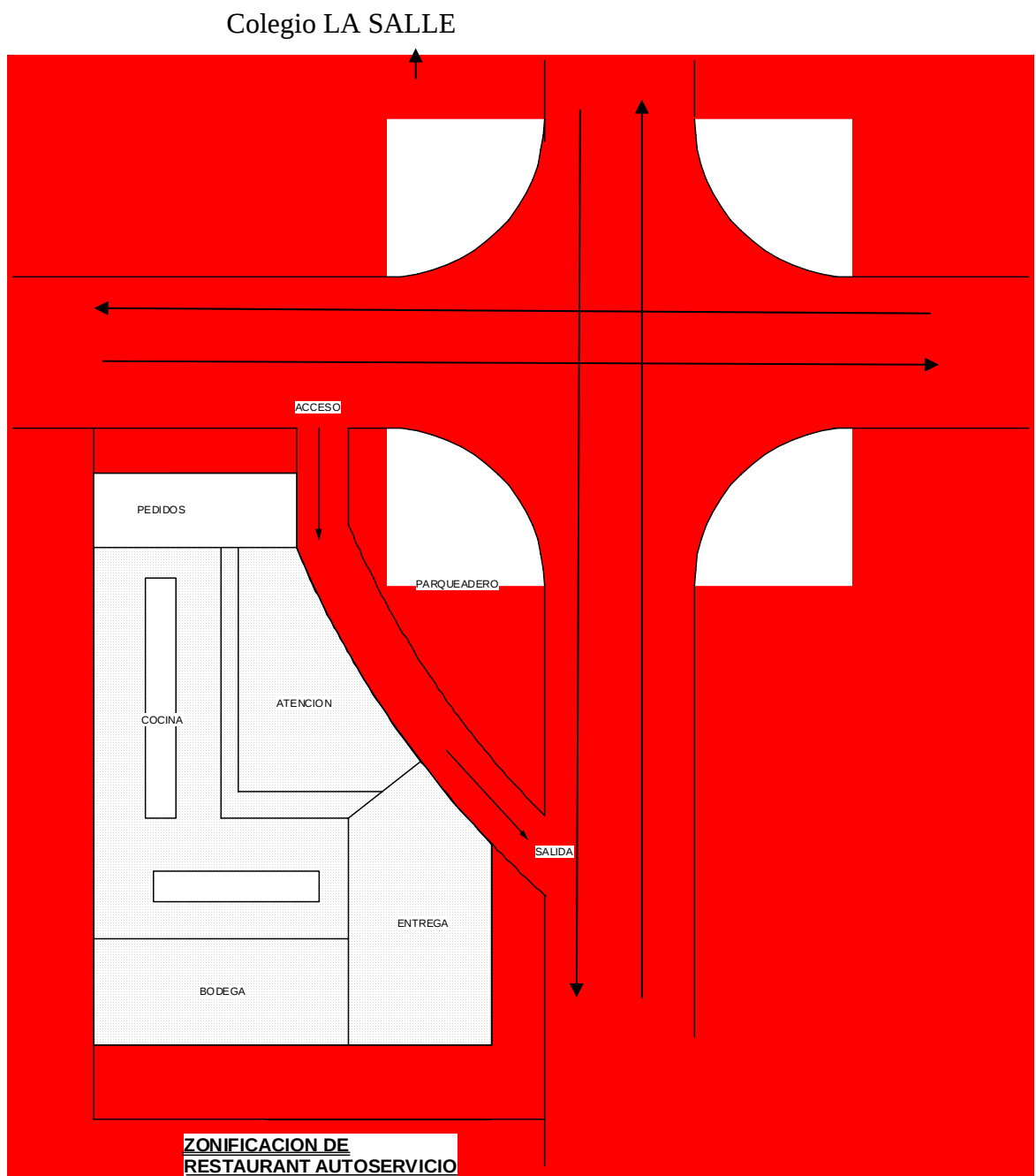


Imagen 2

El lugar debe estar en la esquina de dos avenidas importantes como Av. Solano y Luis Moreno Mora.

## **2.5. EMPRESA LIMPIA CON PRODUCCIÓN LIMPIA**

La creación de la empresa limpia con producción limpia se utiliza todos los conceptos de protección del medio ambiente, que ahora se enfatiza de manera diaria esperando que no se convierta en rutina porque el sentido real de su concepto.

Por ello, quien mire a su alrededor sin anteojeras, podrá observar, de forma cada vez más clara, cómo los ecosistemas comienzan a derrumbarse, como consecuencia de los modelos de producción insostenibles en los que se basan nuestros modelos “civilizados” de vida.

Esta degradación está sucediendo, en algunos casos a un ritmo más lento y, en otros, a un ritmo más rápido; pero siempre es el resultado de la extracción masiva de recursos naturales, de las cantidades desmesuradas de contaminación que se emiten, para las que la naturaleza ya no tiene capacidad de absorción.

El deterioro de las propiedades biosféricas globales que permiten la preservación de la vida y la biodiversidad, como por ejemplo; la regulación del clima, la creación de suelo fértil, la regulación de los ciclos hidrológicos, por ello es importante preservar.

Los sistemas de producción actuales, basados en el despilfarro de materias primas, energía y agua, en la utilización de productos y procesos industriales tóxicos, generan y emiten masivamente residuos y sustancias químicas tóxicas que los sistemas naturales no pueden asimilar o degradar, pues son en su mayor parte completamente ajenos a la naturaleza. Estos métodos de producción han llevado a la tierra a una crisis ambiental sin precedentes.

“Eficacia y rapidez al coste monetario más bajo posible” son las premisas de nuestro sistema económico. Esto se ha traducido en crecimiento vertiginoso de la producción y del consumo a un ritmo demasiado rápido como para permitir que la naturaleza se regenere, porque estamos compulsiva y cada vez más acelerada depredando la naturaleza sin conocer cómo se obtienen las materias primas, de qué forma se fabrican nuestros bienes y a dónde van a parar los restos cuando decidimos que no son útiles.

Además, las presiones del mercado, creadas por el aumento de la población con nuevos requerimientos alimentarios y por los patrones y niveles de consumos establecidos, así como por la necesidad de penetrar y mantenerse en mercados más rentables, han exigido incrementos de la productividad en las empresas, sin contemplación de índole ambiental.

La industria moderna ha generado un desarrollo económico y social beneficioso en algunos aspectos, pero desafortunado y peligroso desde otros puntos de vista. El aumento en la contaminación ambiental, la extinción de algunas especies, de plantas y animales la reducción de algunos recursos naturales, con algunos de los ejemplos de los efectos perjudiciales causados en gran medida por las equivocaciones de las personas que asumen puestos gerenciales en la industria y el comercio.

El uso eficiente de los recursos naturales no solo deberá considerarse en el momento de cada decisión sino que deberá considerarse cómo estos recursos se afectaran en el futuro para lograr un desarrollo sostenible de su uso.

Por ello es indispensable tomar conciencia en la actividad diaria a través del compromiso directo y frontal de todos y cada uno de nosotros, no esperando que otros lo empiecen sino yo que voy a hacer diariamente en cada uno de los sitios en que me encuentre ir creando conciencia personal diaria, con miras a que, el día de mañana, pueda tener el sol la lluvia, etc.

En consecuencia si soy ejecutivo o dueño de empresas de comida, voy a actuar con este concepto de empresa limpia.

Por ello, al tener la cocina abierta, el cliente mira su comida, su elaboración lo que le da derecho a reclamar sobre el producto que va a consumir.

La utilización de materias primas tiene un factor primordial sobre el concepto de empresa limpia. E igualmente los desperdicios o residuos deben tener un trato de importancia, para mantener el principio que se promueve en la estructura del restaurante. Por lo que se mantendrá un sistema de separación de residuos diario y continuo.

## **CAPÍTULO 3**

### **3.1. ESTUDIO DE MERCADO**

El mercado en el que va opere es local, en el que, su función primordial. Es ofrecer un servicio, especial a los clientes, en la que el consumidor es motor fundamental del negocio.

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a un precio que están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio para competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Como primera pregunta que nos salta a la vista es ¿existirán personas, organizaciones empresarios que estén dispuestas a consumir nuestros productos? por lo que tendríamos que hacer las siguientes preguntas:

➤ ¿A quién va dirigido?

De acuerdo a mi experiencia de trabajar en comida rápida, este producto, en la mayoría de los casos, va dirigido a niños y gente joven hasta llegar una edad

promedio de 35 años. Los niños, mediante impactos visuales, son los que mayor respuesta dan, ya sea por curiosidad o por ser partícipes de algo nuevo y novedoso.

La gente joven, en cambio, concurre a estos establecimientos por la rapidez del servicio por la falta de tiempo para llegar a su casa y tener que preparar su comida, por lo que recurre a frecuentar restaurantes de rápido acceso.

En cambio la gente mayor prefiere restaurantes de comida tradicional o presentan cierto grado de etiqueta con servicio hasta su mesa, por que el tiempo no tiene mayor importancia; lo que requiere es ambiente, serio, silencioso, que le permita una conversación amena y tranquila.

El proyecto “restaurante” está enfocado a una línea más abierta de autoservicio, de presentación informal, sin reservaciones, ni restricciones a las personas, con un servicio especial a los niños, porque ellos son el futuro económico del negocio.

Según la cadena más grande del mundo, Mac Donald el mercado que debe tener un restaurante de comida rápida es del 5% al 10% para su rentabilidad del total del mercado que tenga la ciudad.

➤ ¿Quiénes ofrecen un servicio similar?

El servicio de comida rápida por ventanilla, en la ciudad de Cuenca no se ha encontrado, existen locales de comida rápida en diferentes lugares que ofrecen este servicio, o de restaurantes pequeños que tiene unos almuerzos de costos bajos, o las cafeterías que dan servicio a autos por la ventana, pero, ninguno de ellos ofrece, hasta el momento, el servicio a autos por la ventana, por la que el proyecto presenta una innovación. La ciudad de Cuenca al ser una ciudad turística es abierta a recibir innovaciones que puede proceder de diferentes lugares, lo que hace que sus habitantes se hayan acostumbrado a estos cambios.

Dentro de los establecimientos que ofrecen un servicio similar se encuentran:

De acuerdo a la Cámara de Turismo, los locales que están afiliados en forma opcional de acuerdo a la ley 336 – 52 del 14 de mayo de 2008 del Gobierno Nacional, se encuentran registrados, en la ciudad de Cuenca.

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| Restaurante de Lujo               | 3   |
| Restaurantes de Primera Categoría | 26  |
| Restaurantes de Segunda Categoría | 123 |

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| Restaurantes de Tercera Categoría | 236       |
| Restaurantes de Cuarta Categoría  | <u>19</u> |
| Total                             | 404       |

A estos restaurantes se debe agregar aquellos que se encuentran desafilados o que nunca se afiliaron, además los locales o casas que ofrecen almuerzos y que no se encuentran registrados en ninguna dependencia.

➤ ¿Cuáles son mis proveedores?

Los proveedores serían los que existen en la ciudad. Como de primera fuente, son los supermercados que existen a nuestro alrededor; por la calidad y la cantidad de los mismos se procedería, a través de muestreo, ir seleccionando los productos más apropiados, como por ejemplo, en carnes se buscaría fábricas que produzcan en la cantidad que utilice el restaurante, con cierta preferencia por la cantidad a consumir y con ciertos requisitos que la dirección de la empresa establezca dentro de su manual de funcionamiento.

➤ ¿Tengo la materia prima disponible?

Con respecto a la materia prima, la ciudad de Cuenca tiene sitios de abastecimiento en diferentes lugares, y cadenas de servicio conectadas con otras ciudades, las que facilitan el abastecimiento. Dentro de la línea de empaque se puede abastecer mediante convenios que permitan solucionar el problema. Además las diferentes fábricas que existen son una fuente de seguridad a la materia prima que se requiere para funcionar un restaurante. Dentro de este aspecto, se llegaría a acuerdos de producción exclusiva.

➤ ¿Cuánto tiempo debo esperar para recibir me pedido?

En cuanto al tiempo, se lleva un estricto control con la mayor responsabilidad posible en lo que se refiere a los pedidos, porque de ello depende la gestión empresarial: pedir por pedir, no refleja la concentración en el manejo eficiente de su negocio. El equilibrio en prevenir es la constante del éxito.

### **3.2. ESTUDIO DE LA DEMANDA**

La demanda está siempre ligada a los consumidores.

La demanda está en función de: el ingreso de los habitantes, el precio de los bienes sustituibles, el precio de los bienes complementarios, el tamaño de la población, los gustos y preferencias de los consumidores.

Para determinar la demanda se va a utilizar el siguiente procedimiento:

#### **a. Definir la cobertura del mercado**

La cobertura del mercado vendrá dada por la ubicación del local, lo que permitirá mayor o menor cobertura del área. En lo que se refiere a autos, esto dependerá de la capacidad de parqueadero que tenga el local, lo que permitirá una mayor afluencia de consumidores.

La competencia es saludable porque permite al cliente escoger, de acuerdo a gustos y a bolsillos. El número de integrantes familiares es otro factor para decidir locales donde ir con mi familia, o a donde debo llevar a mis amigos porque en esta situación de crisis debo medir mis ingresos.

#### **b. Determinar la población**

La población a la que está dirigida es especialmente a niños de 3 a 10 años, porque para ellos existirá un menú infantil que permitirá acaparar la atención cuando lleguen al local, por medio de promociones. Los jóvenes igualmente con un costo módico podrán disfrutar de una comida rápida y de buena calidad.

Esto no requiere decir que los mayores no tengan un lugar en el restaurante, también son bien venidos a disfrutar su comida e igualmente tendrá sus especialidades lo que los motive a regresar o recomendar a otras personas.

### **3.3. ESTUDIO DE LOS PRODUCTOS**

Los productos que va a presentar el restaurante se encuentran divididos en diferentes grupos principales como son:

- Sándwich de carne
- Perros calientes
- Ensaladas
- Sándwich de hamburguesas
- Waps o burritos

Cada uno de los grupos tiene una variedad de acuerdo a su elaboración e igualmente su precio se diferencia por la cantidad de ingredientes que se le agrega. Se impulsará aquellos productos que impactan en el mercado lo que nos daría una pauta para mantener el Menú base o ir tomando alternativas de acuerdo a la exigencia de los consumidores.

¿Cuáles son de consumo masivo y cuáles son los suplementarios?

En este caso los productos de consumo masivo son: el sándwich de carne, las ensaladas y los perros calientes y los otros dos son complementarios para completar el menú, recuérdese que a cada uno de los productos se puede añadir de acuerdo al consumidor, lo que prefiera, unos con costo adicional o combinar ingredientes.

¿Alternativas de variación para el consumidor?

Dentro de las alternativas que tiene, de los cinco grupos de productos puede variar de acuerdo a su gusto, además, de acuerdo al mercado se puede ir variando o alternado, lo que representaría un liderazgo en el manejo de menú, casi la competencia tendría funcionabilidad, por la creatividad que cada restaurante tenga que realizar para mantenerse dentro del mercado.

¿Elaboración de combos que sean atractivos a la vista del cliente?

La combinación de productos dentro de la comida rápida es muy importante, porque ello permite al restaurante vender productos básicos con artículos complementarios, entregándoles un descuento al llevar el paquete alimenticio, lo cual le representa un ahorro al cliente y una ganancia para el local.

¿Promociones de impacto al cliente?

Otra de las formas de impactar al cliente es mediante cupones de descuento, que, a lo mejor, no es muy común en el mercado, pero que puede ser atractivo al cliente por la cantidad de veces que visite, o por cupones que entregue al cliente nuevo, o puede ser utilizados como descuentos en su próxima visita.

Otra promoción sería llevar al cliente a horas de venta de menor afluencia con descuentos como el dos en uno, en el cual el primero de mayor valor paga pero el segundo se entrega en cupón gratis, utilizando políticas de mercado que permitan incrementar ventas con sus respectivas utilidades.

### **3.4. COSTO DE PROCESO**

Dentro del costo implementaremos un sistema que permita ver con eficacia su rentabilidad y liquidez para empresa en función que sea atractiva al inversionista, dependiendo de la magnitud del restaurante.

El costo A B C (Costo Basado en Actividades) se desarrolla con una herramienta para un problema que se les presenta a las mayorías de las empresas actuales. Los sistemas de costo tradicionales se desarrollan principalmente para cumplir la función de valoración de inventarios (para satisfacer las normas de “objetividad, verificabilidad, materialidad” para incidencias externas tales como acreedores como inversionistas. Sin embargo, estos sistemas tradicionales tienen muchos defectos, especialmente cuando se les utiliza con fines de gestión interna.

El sistema de costos A B C serían el más sencillo de manejarlo porque dentro de ello permite dar valores fijos a los costos indirectos, así como a la mano de obra, que son los elementos que participan en el proceso de establecer los costos individuales de cada uno de los productos, esto permite además trabajar por objetivos, que es el sistema básico de las corporaciones de comida rápida, permite la elaboración del listado de comidas con sus respectivos precios.

Dentro de este aspecto es importante minimizar costos para que el precio al cliente sea razonable y por ende represente utilidad a la empresa.

De acuerdo a políticas de las grandes empresas, con muchos años de servicios como Mac Donald, Popeye, Wendy se ha establecido que para el éxito del negocio, debe mantener un costo de materias primas no mayor al 35% incluyendo papel o material

de empackado, en el aspecto laboral su costo debe estar entre el 15% al 21% como máximo y la diferencia debe servir para el mantenimiento se dará un 4% lo que significa un 60%, el 40% se utiliza para Gastos operativos, gastos generales.

El éxito está en bajar el costo en estos rubros porque los otros valores como edificio o renta son más estables, dentro de este porcentaje se debe mantener promociones, cupones, publicidad, etc.

Para la elaboración de los costos se va a utilizar:

|                                        | PORCENTAJE | SIGLAS A UTILIZAR |
|----------------------------------------|------------|-------------------|
| Materiales y papel de empaques         | 35%        | Ma.               |
| Mano de obra                           | 21%        | Mo.               |
| Mantenimiento                          | <u>4%</u>  | Man.              |
| Total costo variables                  | 60%        |                   |
| Edificio – renta – Operaciones, gastos | <u>40%</u> | Gf.               |
| Sub – total                            | 100%       | Sb.               |
| Costo base                             |            | Cb.               |
| Utilidad                               | 20%        | Ut.               |

La utilidad calculada de la empresa es de 20%.

➤ Para la elaboración de un sándwich de carne cuesta:

|                        |                |
|------------------------|----------------|
| Precio del pan         | \$ 0.18        |
| Precio de la carne     | \$ 1.25        |
| Pepinos e ingredientes | <u>\$ 0.20</u> |
|                        | \$ 1.63        |

| COSTO SANDDWICH DE CARNE |          |      |             |
|--------------------------|----------|------|-------------|
| 0.35                     | VARIABLE | 1.63 | Ma          |
| 0.21                     | VARIABLE | 0.34 | MO          |
| <u>0.04</u>              | VARIABLE | 0.06 | Man         |
| 0.6                      |          | 2.03 | CV unitario |
| 0.4                      | C.FIJO   | 0.81 |             |
| 1                        | C.BASE   | 2.84 | Cb          |
| 0.2                      | Utilidad | 0.57 | Ut          |
| 1.2                      | PVP      | 3.41 |             |
| TOTAL \$                 |          |      |             |
| 3.41                     |          |      |             |

**Cuadro 4**

➤ Para la elaboración de un sándwich de Hamburguesa cuesta:

|                              |                |
|------------------------------|----------------|
| Precio del pan               | \$ 0.18        |
| Precio de la hamburguesa     | \$ 0.85        |
| Precio de la lechuga         | \$ 0.20        |
| Precio del tomate            | \$ 0.10        |
| Precio de otros ingredientes | <u>\$ 0.10</u> |
| Sub total                    | \$ 1.43        |

| COSTO DE UN SANDUWCH DE BURGER |      |             |
|--------------------------------|------|-------------|
| 0.35 VARIABLE                  | 1.43 | Ma          |
| 0.21 VARIABLE                  | 0.3  | MO          |
| <u>0.04</u> VARIABLE           | 0.05 | Man         |
| 0.6                            | 1.78 | CV unitario |
| 0.4 C.FIJO                     | 0.71 | Gg GO       |
| 1 C.BASE                       | 2.49 | Cb          |
| 0.2 Utilidad                   | 0.5  | Ut          |
| 1.2 PVP                        | 2.99 |             |
| TOTAL \$ 2.99                  |      |             |

**Cuadro 5**

➤ Para la elaboración de Ensalada cuesta:

|                      |                |
|----------------------|----------------|
| Lechuga              | \$ 0.80        |
| Vegetales            | \$ 0.70        |
| Aderezos y adiciones | <u>\$ 0.35</u> |
| Sub total            | \$ 1.85        |

| COSTO DE LA ENSALADA |      |             |
|----------------------|------|-------------|
| 0.35 VARIABLE        | 1.85 | Ma          |
| 0.21 VARIABLE        | 0.39 | MO          |
| <u>0.04</u> VARIABLE | 0.07 | Man         |
| 0.6                  | 2.31 | CV unitario |
| 0.4 C.FIJO           | 0.92 | Gg GO       |
| 1 C.BASE             | 3.23 | Cb          |
| 0.2 Utilidad         | 0.65 | Ut          |
| 1.2 PVP              | 3.88 |             |
| TOTAL \$ 3.88        |      |             |

**Cuadro 6**

➤ Para la elaboración de un sándwich de Perros Calientes cuesta:

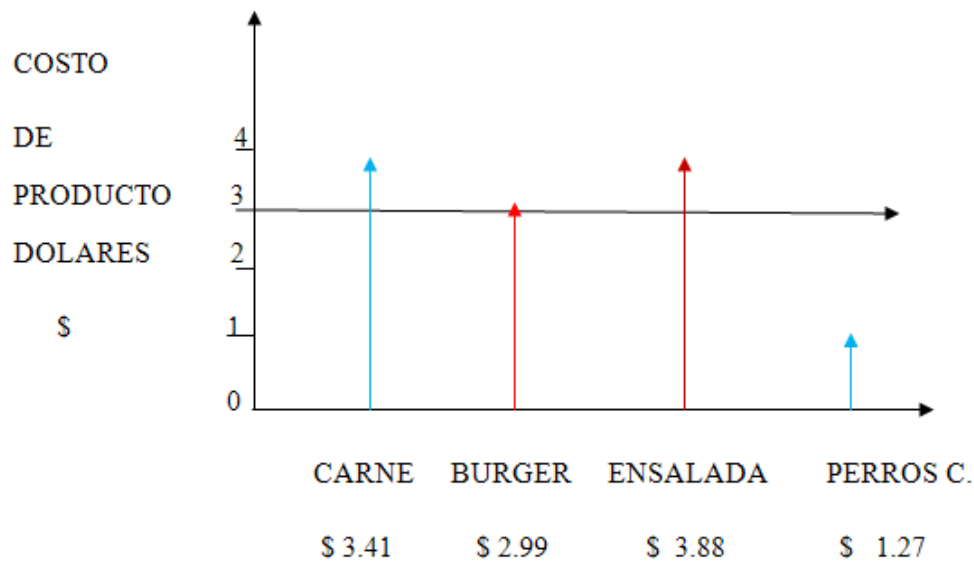
|                          |                |
|--------------------------|----------------|
| Pan                      | \$ 0.18        |
| Vienesas                 | \$ 0.28        |
| Ingredientes adicionales | <u>\$ 0.14</u> |
| Sub total                | \$ 0.60        |

| COSTO DE L PERRO CALIENTE |      |             |
|---------------------------|------|-------------|
| VARIABLE                  | 0.6  | Ma          |
| VARIABLE                  | 0.13 | MO          |
| VARIABLE                  | 0.03 | Man         |
|                           | 0.76 | CV unitario |
| C.FIJO                    | 0.3  | Gg GO       |
| C.BASE                    | 1.06 | Cb          |
| Utilidad                  | 0.21 | Ut          |
| PVP                       | 1.27 |             |
| TOTAL \$ 1.27             |      |             |

### Cuadro 7

Son datos tomados de supermercados Super Maxi.

Precios al 2 de febrero de 2009.



**Cuadro 8**

### 3.5. ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS

En el sistema de elaboración se mantendrá un flujo lineal que permita movilidad así como responsabilidad individual de cada uno de los empleados que participan en el proceso de elaboración.

Uno de los aspectos más riesgosos dentro de la elaboración de los productos es el alto grado de contaminación, que converge de diferentes fuentes pero que se puede minimizar con políticas de control.

Calidad en los productos de proveedores: esto es el comienzo de una buena comida. Lo que permitirá empezar con la seguridad de ofrecer un servicio de calidad, para ellos utilizaremos un lema muy fácil “Si tu comes esta comida puedes servir a los demás”.

Como hemos mencionado anteriormente, la cocina abierta permite mayor control externo de supervisión de cada uno de los clientes que nos visitan diariamente.

Cabe destacar que, dentro del sistema de empackado, se utilizará material que permita reciclar, por lo tanto, esto permite contribuir con el sistema verde al que debemos cuidarle con tanto cariño y esfuerzo.

Igualmente, el sistema de reciclado de los desperdicios, debe enfatizarse y reforzar las normas de salubridad por lo que se encontrará en el manual de operaciones del restaurante.

### 3.6. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico nos va a permitir estar en el lugar de trabajo es decir vamos a empezar a funcionar.

Por lo que con lo primero que debemos tener es el local en el cual va a funcionar el restaurante ya sea este que haya sido rentado o construido con el diseño apropiado para este motivo.

Recordemos que la característica del local es tener la venta de servicio al cliente puesto que es la base fundamental del proyecto en mención por lo que a continuación presentaré un diseño que permita visualizar la idea del proyecto, “Comida rápida, con servicio por ventana (drive – Thru).

Una vez que esto esté construido o rediseñado procedemos a instalar los equipos que permitan el funcionamiento.

|                                                                 |                  |
|-----------------------------------------------------------------|------------------|
| Una grill para las hamburguesas                                 | \$ 1.450         |
| Dos mesas de calentamiento para la carne y los perros calientes | \$ 2.980         |
| Dos congeladores de mesa para las ensaladas y los Wap           | \$ 1.700         |
| Una freidora de papas de dos canastas                           | \$ 2.400         |
| Una plancha para el calentamiento de los Wap                    | \$ 125           |
| Una cocina industrial                                           | \$ 260           |
| Un congelador industrial                                        | \$ 850           |
| Un refrigerador industrial                                      | \$ 3.500         |
| Tres cajas con sus respectivas impresoras y computadoras        | \$ 3.950         |
| Maquinas de sodas                                               | \$ 600           |
| Sistema de cámaras interiores y exteriores                      | <u>\$ 12.500</u> |
| Subtotales                                                      | \$ 30.315        |

Tiempo de duración es de 5 años.

Depreciación = 16.61 por día.

Son datos tomados el 6 de febrero de 2009 de Supernordicos “Corona”.

En la parte interior del restaurante donde los clientes van a comer tendrán sus mesas con sus respectivas sillas, un sistema de música, plantas decorativas, cajones para los desechos, una mesa de abastecimiento para el cliente.

El siguiente es el diagrama completo de la elaboración de los productos ubicados dentro del interior del restaurante.

#### DIAGRAMA DE LA COCINA

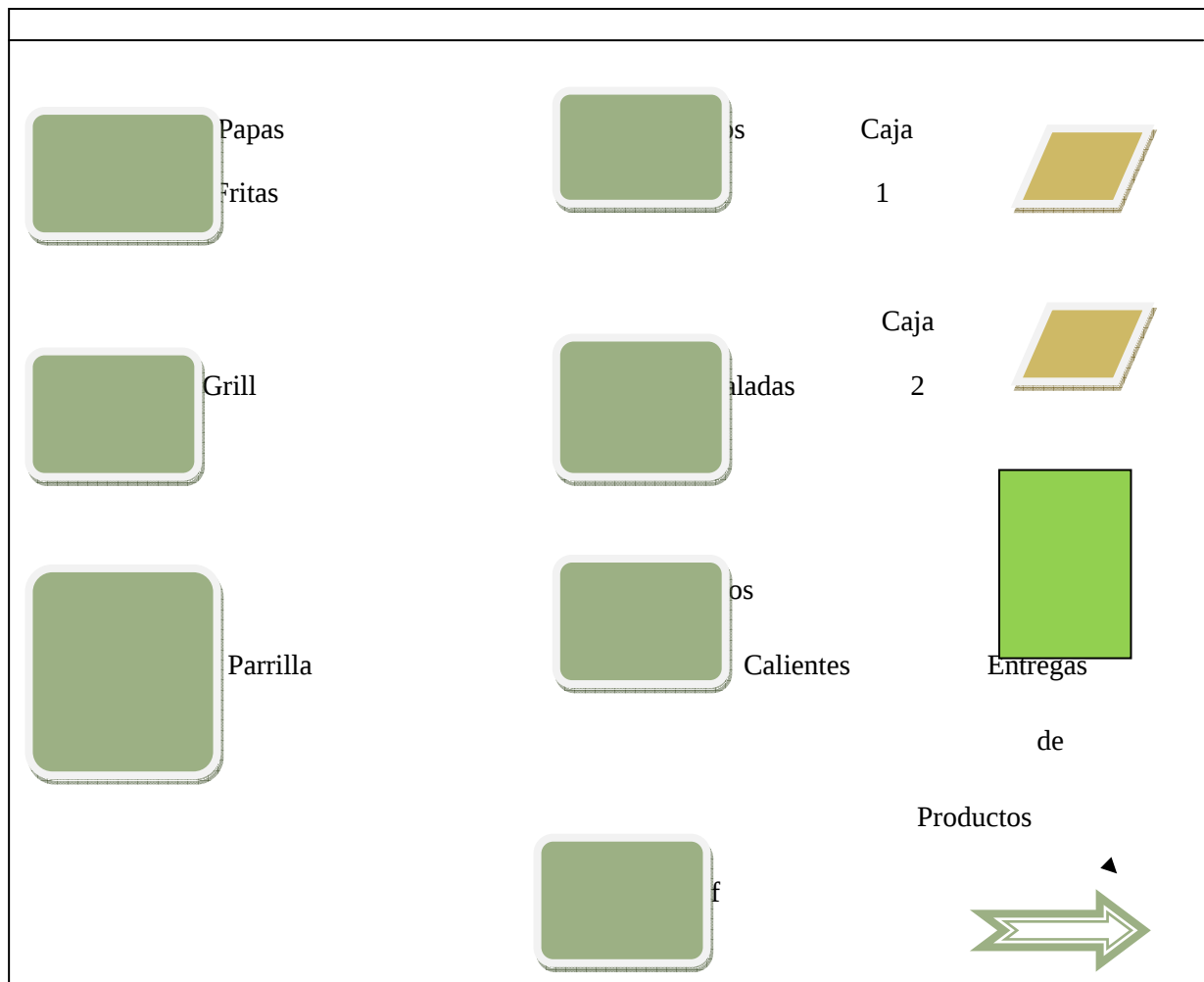


Figura 3

Se determinará el sistema de ingresos y egresos de mercadería con el nuevo sistema de caducidad de fechas.

Una vez realizado los pedidos de compra el proveedor trae su mercadería hacia el restaurante, ingresando por la parte lateral o posterior del edificio la cual es revisada y chequeada de acuerdo al pedido. Se clasificará y se ubicará en el respectivo estante acondicionado y marcado, especialmente para ello.

¿Determinar qué equipos deben usarse en el restaurante y bajo qué condiciones?

De acuerdo a los requerimientos básicos para la instalación del restaurante se instalará de acuerdo a todas las normas de seguridad y de acuerdo a las normas que establezcan las diferentes oficinas gubernamentales. Así como de los recomendaciones de las diferentes vendedores de las maquinarias a instalarse.

Se determinará todos los manuales de procedimiento para el funcionamiento de la empresa.

Se definirá las políticas de salubridad.

Se elaborará hojas de control y mantenimiento diario de los diferentes productos.

### **3.7. ESTUDIO FINANCIERO**

El objetivo del estudio financiero es identificar, desde el punto de vista de inversionista o accionista, los ingresos y gastos que determine el proyecto, lo que puede ser una pauta para determinar una rentabilidad.

Se ha determinado que el mayor egreso que significaría para el proyecto es la compra del terreno y su construcción, por el alto costos en el área donde se va a levantar. La otra alternativa es rentar. Un contrato de arrendamiento debe no ser inferior a cinco años, plazo mínimo por la inversión en remodelaje.

Normalmente, el inversionista o accionista prefiere valorizar sus acciones a través de una inversión en un inmueble que, en lo posterior serviría para negociar.

#### **Funciones del estado financiero**

El estado financiero nos permite mirar y evaluar todos los ingresos y egresos de la compañía en su etapa de pre factibilidad o el momento de comenzar a invertir en la elaboración del proyecto, que es donde comienza a aparecer los flujos de dinero.

Debemos determinar el punto en el cual los costos son cubiertos oportunamente lo que permitirá diseñar el plan de financiamiento.

Para determinar que los costos fijos cubiertos tenemos;

|                               |                     |                |
|-------------------------------|---------------------|----------------|
| Edificio                      | \$ 26.000.00 al día | \$ 71.23       |
| Equipo a instalarse al año    | \$ 6.062.65 al día  | \$ 16.61       |
| Licencia por el año           | \$ 1.800.00 al día  | \$ 4.93        |
| Gastos adicionales, luz, agua | \$ 2.800.00 al día  | <u>\$ 7.67</u> |
|                               |                     | \$ 100.44      |

Lo que me daría como resultado que \$ 100.44 sería lo que necesito diariamente solo para cubrir mis inversiones.

Si se obtiene el 20% en los productos, lo que significaría que, para completar el 100% y llegar al equilibrio, debo vender 502.2 para llegar al punto de equilibrio, esta sería una ventana diaria por lo que debería vender:

|                            | P.V.P.         | TOTAL           |
|----------------------------|----------------|-----------------|
| 50 sándwich de carne de    | \$ 3.41        | \$ 170.50       |
| 50 hamburguesas            | \$ 2.99        | \$ 149.50       |
| 40 ensaladas               | \$ 3.88        | \$ 155.20       |
| <u>22 perros calientes</u> | <u>\$ 1.27</u> | <u>\$ 27.94</u> |
| TOTAL 158 unidades         |                | \$ 503.14       |

El total de ventas es de \$ 503.06, el punto de equilibrio es 502.2 diferencia de \$ 0.94. Al vender estas cantidades llego a romper el punto de equilibrio, caso contrario entraría a perder, esto nos permite tener una idea de cuantos clientes necesito diariamente.

El estudio financiero comprende el análisis de la sustentabilidad financiera.

Como sustentabilidad financiera debe entenderse a la capacidad que tiene el negocio para generar liquidez y retorno bajo un nivel aceptable de riesgo.

Esta capacidad de liquidez está en función de la capacidad de desarrollar un sistema que permita manejar con eficiencia y eficacia todos los dineros que la empresa posee para su desarrollo diario. Por lo que involucra a la disponibilidad de efectivo para cubrir los egresos operacionales y no operacionales.

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Para desarrollar el punto de equilibrio tenemos que Ingresos = costo Total.

$$I = CT$$

$$\text{De donde } Q \times PVP = CF + DV_u \times Q_e \quad = \quad Q_e = \frac{CF}{PVP - CV_u}$$

$$Q_e = CF / (PVP - C_{vu}) \quad 74.9673662 \text{ UNIDADES}$$

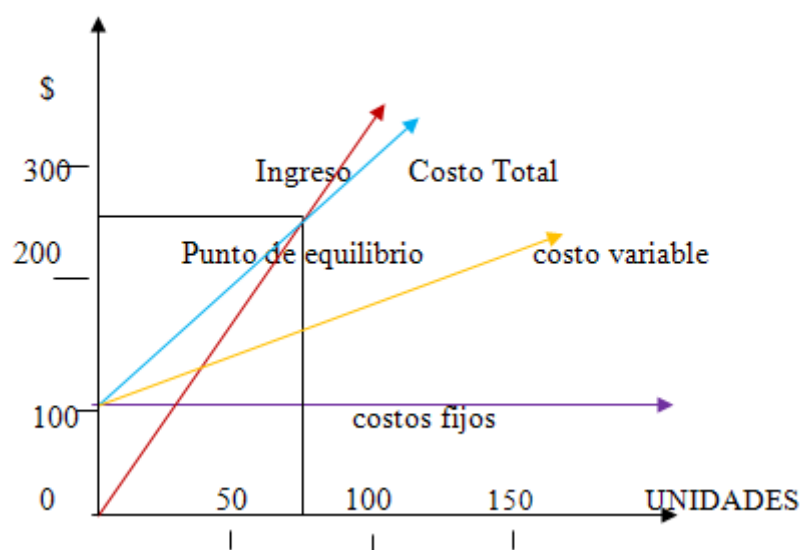
| Productos | Ventas | PV   | Ingresos     | Proporción | Participación | CV. Unitario | Participación           |
|-----------|--------|------|--------------|------------|---------------|--------------|-------------------------|
| CARNE     | 50     | 3,41 | 170,5        | 34%        | 1,15555313    | 2,030        | 0,68790993              |
| BURGER    | 50     | 2,99 | 149,5        | 30%        | 0,88843066    | 1,780        | 0,52889852              |
| ENSALADA  | 40     | 3,88 | 155,2        | 31%        | 1,19683587    | 2,310        | 0,71254919              |
| PERROS    | 20     | 1,27 | <u>27,94</u> | 6%         | 0,07052470    | 0,760        | 0,04220376              |
|           |        |      | PVP          | Ut.        |               |              |                         |
|           |        |      | 503,14       | Promedio   | 3,31134436    | Promedio     | 1,97156139              |
|           |        |      |              |            |               |              | CU. Unitario 1,33978296 |

## COMPROBACIÓN

$$\text{Ingreso en el PE} \quad Pe = 75 * 3.31 = 248.350827$$

Costo Total

$$= 100.44 + 75 \times 1.97 = 248.307105$$



**Cuadro 9**

Para graficar se emplea el punto de equilibrio de \$ 248.3 y de 75 unidades de producción que representan los cuatro productos.

### 3.8. OTROS ESTUDIOS

#### ESTUDIO LEGAL

Este estudio permitirá a la empresa mirar todos los factores legales y las regulaciones que afectan a su funcionamiento, así como a los beneficios que puede obtener de las entidades públicas.

Dentro de este aspecto legal o de regulaciones que existen para poder instalar un restaurante se encuentran los siguientes:

- Municipio de la ciudad de Cuenca: Dirección de control Urbano
- Cuaderno de obligaciones
- Permiso de suelos
- Solicitud de letreros
- Ministerio de Salud Pública en la ciudad de cuenca
- Carnet de salud para cada uno de empleados de servicios y cocineros
- Bomberos de la ciudad de Cuenca

- Señalización, control y seguridad de instalaciones
- Servicio interno de Rentas
- Intendencia de policía
- Horarios

Todos estos servicios legales tendrán un costo y tiempo, su precio aproximado es de \$ 1.800.00 dólares americanos.

Además permitirá también mirar el aspecto laboral y su desarrollo diario de funcionamiento porque, dependiendo de su clasificación, también afectará su costo, por el incremento del 10% por servicio.

Quizá uno de los factores que se debe tener de referencia es el aspecto ambiental como una política ambiental. En este aspecto, se tendrá que realizar un estudio de Pre factibilidad de impacto del medio ambiente antes de instalar el restaurante, lo que incluye:

- Evaluación ambiental
- Impacto ambiental
- También se podría mencionar aspectos de seguridad

Todo proyecto trae riesgos pero lo más importante es minimizarlos.

## **UNIDAD 4**

### **4. RECOMENDACIONES**

Esta monografía se presenta diferentes alternativas que permitiría tomar nuevas decisiones sobre las inversiones o ampliaciones dentro de la empresa.

Permitirá mejorar su funcionamiento en los diferentes aspectos como de costo, laboral, financiamiento, etc. Sobre todo a la vivencia diaria con el medio ambiente por constante participación con los recursos que a diario se utilizan, ya sea en los productos de consumo como en la energía de funcionamiento del restaurante.

#### **4.1. RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EMPRESA**

Mirando el estudio de mercado en su conjunto con la participación del estudio financiero, encontramos que el número ideal de clientes en el restaurante es de 75 personas, las cuales deben consumir un promedio de  $\cdot 3.31$  en cada visita. Esto realmente es un precio razonable en el consumo diario de gente media alta.

Es un proyecto que requiere de un lugar preciso, exacto, propio, para que su rentabilidad sea superior.

Entre los aspectos de instalación del restaurante se debe tener en cuenta un aspecto fundamental, como es el aspecto del “BUEN VIVIR”, de ello dependerá la autorización para la funcionabilidad del restaurante, o el barrio donde va a estar instalado, por su seguridad, para clientes, empleados y dueños del restaurante.

Se debe reflexionar sobre la capacidad instalada, para una correcta funcionabilidad, por las limitaciones económicas, con las que cuenta el proyecto. La instalación ociosa representa pérdidas económicas para la empresa.

En la ciudad de Cuenca su comida tradicional tiene una gran aceptación porque se encuentra en el hogar de cada familia, por estar enraizada en las abuelitas que son las mantienen la tradición enseñándoles a cocinar sus comidas favoritas, lo que en este caso la comida rápida pierde su aceptación.

#### **4.2. RECOMENDACIONES PARA COMPRA Y VENTA**

En las recomendaciones de compras de productos para el restaurante, están aquellas referentes a su fecha de caducidad, como elemento de seguridad al servir los alimentos a los clientes. Igualmente se debe mantener un continuo control de precios para poder evaluar, y tomar decisiones rápidas el momento de comprar.

En el aspecto de ventas, es recomendable utilizar valores de precio cercanos a la unidad. Se recuerda que el empacar bien los productos da un aspecto de seguridad y limpieza, por lo tanto resulta más agradable consumir.

El impacto promocional a los niños, es otro de los factores que influencia en el éxito de la comida rápida, porque muchas veces, los niños concurren a buscar tal o cual juguete que el restaurante esté dando de promoción, esto se transforma en un impacto de venta a los futuros clientes de la empresa.

#### **4.3. RECOMENDACIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

En el aspecto económico y financiero, la recomendación es constituir una compañía limitada para que tenga participación de otros miembros como accionistas o inversionistas, pero con reglas claras, para que no termine el proyecto en tragedia, estas reglas permitirían al ejecutor del proyecto libertad de acción de acuerdo al manual de procedimientos de la empresa.

En el aspecto financiero, políticas de endeudamiento con prudencia y mirando aspectos favorables para la empresa, ya sea por su oportunidad así como la funcionabilidad que tenga el mismo.

Sobre la liquidez de la empresa es importante mantener una política que le permita cubrir con sus gastos y tener una reserva para cubrir sus emergencias económicas en caso de necesitarlas.

El costo del proyecto es alto y su duración esta prevista de por lo menos de 10 años lo que significa un tiempo largo para una inversión, por la inseguridad existente en el aspecto político, la falta de reglas claras para su funcionabilidad.

Como recomendación se podría determinar aquella que permita llevar adelante el proyecto por etapas, por su costo, lo cual permitiría ir empalmando etapa por etapa hasta llegar a obtener lo planeado por un plazo mayor.

En el aspecto financiero recomendar que la inversión, con un buen manejo, será rentable para considerar que es un proyecto de interés pero a largo plazo.

#### **4.4. PATENTIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Para darle seguridad al proyecto es importante llegar a patentar como su funcionabilidad, y operaciones, lo que le permitirá originalidad en sus menús, publicidad, promociones, que pueden ser únicas para el lanzamiento de nuevos productos.

La empresa debe llevar una política de patente de sus productos y servicios, sus recetas, así como de la marca para nuevos productos de lanzamiento en el mercado, esto le servirá en el futuro para desarrollar una franquicia.

#### **4.5. RECOMENDACIONES SOBRE EL DISEÑO ESTRUCTURAL**

Sobre el diseño el aspecto primordial es el su servicio por la ventana del establecimiento ubicada de diferentes maneras, la ventana de los autos, por lo que el diseño interior tendría la flexibilidad que le permita hacer las adecuaciones de acuerdo a las circunstancias que se vayan presentando.

De acuerdo al costo varía su diseño y construcción por lo que se optaría por adecuaciones acuerdo a las recomendaciones de normas de funcionabilidad.

La idea de los diseños locales con ventana de servicios de autos es que sean directos, rápidos y funcionales a la atención del cliente, que no corran riesgo de accidentes por la cercanía al local o por descuido del conductor al momento de recibir su comida, lo que produciría problemas al establecimiento, en consecuencia costos económicos.