

Ciencias Económicas

Artículo Original

Estudio de factibilidad de la creación de una microempresa de comidas rápidas, Chone-Ecuador

Feasibility study for the creation of a microenterprise fast food, Chone-Ecuador

*Estudo de viabilidade para a criação de uma microempresa fast food, Chone-
Ecuador*

Ec. Claudia A. Molina-Quiroz¹, Ec. Stefany M. Hidalgo-Moreira², Ing. Marco I. Granda-García^{1,2}
analiamolinaq@gmail.com, smahimo_1592@hotmail.com, marcograndag@hotmail.com

^{1,2}Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Manta, Ecuador, ²Polo de Capacitación,
Investigación y Publicación (POCAIP), Manta, Ecuador

Recibido: 27 de mayo de 2016

Aceptado: 24 de julio de 2016

Resumen

La globalización y el desarrollo económico del mundo actual, ha hecho que la población tenga cada vez menos tiempo para actividades no relacionadas directamente con su trabajo, por lo que muchas personas se ven obligadas a comer en poco tiempo y consumen alimentos calificados como “comida rápida”. El mercado de comida, en la última década ha tendido a dar este tipo de soluciones rápidas, modificando su menú e incluso su ubicación. Adicionalmente, se ha identificado la carencia de espacios diferentes, alternativos y asequibles de entretenimiento en la ciudad de Chone. Por ello nace la necesidad de elaborar un proyecto de factibilidad sobre la creación de un restaurante en la zona Av. Sixto Durán Ballén, Ciudad de Chone, que brinde una alternativa sana de comida rápida, así como también alternativas de esparcimiento que contribuirá a satisfacer las necesidades del mercado actual y generará fuentes de empleo. Para lo cual se realizó un estudio de mercado

determinando así las tendencias de consumo de comida rápida de la población y el nicho de mercado al que se enfocaría este proyecto.

Palabras clave: estudio de mercado, comidas rápidas, hábitos alimentarios.

Abstract.

Globalization and economic development in today's world, has made population have less and less time for activities that are not related to their jobs, therefore lots of people are forced to eat in a short amount of time so they consume food qualified as "fast food". In the last decade the food market has tended to give this kind of quick solutions, changing its menu and even its location. Also the lack of different, alternative and affordable entertainment venues in the city of Chone has been identified. Thus arises the need for a feasibility study on the creation of a restaurant on the Av. Sixto Duran Ballen, City of Chone, to provide an alternative to healthy fast food as well as entertainment options that help meet the current market needs and generate employment opportunities. For which a market study was made thus determining trends in fast food consumption and the market niche in which this project would focus.

Key Words: market research, fast food, eating habits.

Resumo

Globalização e desenvolvimento económico no mundo de hoje, fez com que a população tem cada vez menos tempo para não diretamente relacionados com suas atividades de trabalho, muitas pessoas são forçadas a comer em um curto espaço de tempo e consumir alimentos qualificados como "fast food ". O mercado de alimentos na última década tem vindo a dar a este tipo de soluções rápidas, mudando seu menu e até mesmo a sua localização. Além disso, ele identificou a falta de locais de entretenimento diferentes, alternativas e acessíveis na cidade de Chone. Assim, surge a necessidade de desenvolver um projeto de viabilidade sobre o estabelecimento de um restaurante na área da Avenue. Sixto Durán Ballen, Cidade Chone, para fornecer uma alternativa saudável ao fast food, bem como opções de entretenimento que ajudam a atender a mercado atual precisa e gerar oportunidades de emprego. Para que um estudo de mercado determinando assim as tendências de consumo de fast-food da população e o nicho de mercado que este projecto iria foco foi feita.

Palavras chave: pesquisa de mercado, fast food, hábitos alimentares.

Introducción.

Existe En la actualidad la modificación en los hábitos alimentarios, provocados por un ritmo de vida acelerado y estresante, han hecho que muchas personas se vean obligadas frecuentemente a recurrir a restaurantes de comida rápida o "fast food" que ofrecen un servicio ágil y relativamente económico, generando una amplia demanda de estos productos donde se ha identificado una alta oportunidad para la creación e implementación de estos negocios.

Durante los últimos años la población ecuatoriana ha experimentado también estos notables cambios en sus costumbres alimentarias con una alta preferencia de estas comidas preparadas fuera del hogar, lo que se ha impuesto en la dieta de los ecuatorianos. Actualmente las ofertas de este tipo son amplias y variadas debido a la fácil elaboración de sus productos, la diversidad, la comodidad, su bajo precio, factible consumo y saciedad inmediata. Por esta razón no es de extrañar que cada día sean más los consumidores, sobre todo entre los niños y jóvenes.

El concepto comida rápida es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados o para llevar su consumo, generalmente, fuera del local de expendio.

Aunque ya desde la antigua Roma se servía en puestos callejeros panes con olivas, en el Medio Oriente, no es hasta el año 1912, cuando se abre el primer automático, un local que ofrecía comida detrás de una ventana de vidrio y una ranura para pagar. Los cambios en los hábitos de alimentación de la población, provocados por un ritmo de vida muy acelerado y estresante, han hecho que muchas personas se vean obligadas mayormente o muy frecuentemente a alimentarse a partir de comida como: "fast food", comida rápida o comida chatarra, hasta llegar a casos en los que una persona, ni desciende del vehículo para ingerirla.

Antes de que existieran las franquicias internacionales de comidas rápidas en el Ecuador, las personas realizaban su consumo en pequeños negocios que no estaban a la altura de los estándares de las franquicias.

A partir del ingreso al mercado ecuatoriano de varias cadenas de comidas rápidas, estas en poco tiempo logran posesionarse, circunstancias por las cuales los negocios nacionales, se ven obligados a mejorar sus estándares de servicio para poder competir con estas cadenas, lo que ha provocado que los consumidores tengan un mayor grado de exigencias al momento de recibir un servicio y productos.

Entre las cadenas de comidas rápidas que han ingresado al Ecuador podemos citar: KFC, Burger King, Mc Donald's, American Deli, Pizza Hut, Rock and Roll, las que han logrado con sus variadas

producciones, que las personas consuman sus productos en grandes cantidades. Comidas rápidas, como hamburguesas, "hot-dogs", papas fritas, aros de cebolla fritos, pollo frito, pizzas y demás "snacks", forman parte de la alimentación diaria de una inmensa mayoría de personas, entre los que se encuentran niños y adolescentes.

Tipos de Comida Rápida: Considerándose que la comida rápida, se encuentra elaborada en su mayoría con almidones de maíz, papas o harinas de trigo y frituras de toda índole, entre las comunes se encuentran: Hamburguesas, Hot Dog, Pollo Frito, Papas Fritas, Salchipapas, Bocadillos, Pinchos, Pizzas, Sándwich y Empanadas.

Características de la comida rápida:

La comida rápida se caracteriza principalmente por lo siguiente:

- Es de fácil preparación
- Entrega instantánea
- La comida se prepara a menudo con ingredientes formulados para alcanzar un cierto sabor o consistencia para preservar la frescura.
- No se usan cubiertos para consumirlo
- Ofrece diferentes tipos de servicio como el consumo en el local, recogerlo en el local, en la calle o domicilio y la entrega domiciliaria.
- Precios moderados
- Son platillos prácticos cuando no se dispone de tiempo para comer
- Se manejan bajo estándares y procesos de preparación similares.

Un negocio que presta el servicio de comida rápida, también presenta varias ventajas como:

- Las personas en caso de emergencia alimentaria, la primera opción son las comidas rápidas.
- La comida rápida, es consumida por personas de cualquier edad, por lo que los locales que se dedican a esta actividad siempre cuentan con clientes.
- No se necesita un lugar amplio.
- Se puede prestar varios servicios a la vez.
- En su mayoría cuentan con horarios accesibles de acuerdo a la zona.
- Tienen una alta capacidad de distribución.

La actividad de alimentarse es como la propia existencia del ser humano. Sin este proceso sería imposible la subsistencia de la vida humana. El proceso de alimentación que surgió como una

necesidad inherente a los seres vivos, ha dejado de ser un proceso limitado a la subsistencia humana, para convertirse en una actividad que es fuente de placer, unido a los procesos de socialización del ser humano.

El proceso de comercialización de alimentos ha adoptado varias formas y características. Sus orígenes se remontan a la tradición primitiva de los festines comunitarios, algo que en la actualidad se ha convertido en una de las principales actividades como parte del desarrollo turístico contemporáneo. La creación de servicios de comidas rápidas, han pasado de ser sencillas opciones de comercialización, hasta convertirse en grandes empresas transnacionales de comercialización de alimentos. Sin embargo el rescate de las culturas tradicionales en la elaboración de alimentos, ha perdido su esencia, con el desarrollo de este servicio.

En la actualidad existe un importante movimiento por el rescate de los procesos de elaboración de alimentos, apegados a los mejores estándares de preparación, con la utilización de alimentos y procesos saludables, dentro de esta dimensión se incluye, las pequeñas empresas de elaboración de alimentos ajustadas a las características, necesidades y demandas del ser humano y su entorno.

Chone es un Cantón de la provincia de Manabí, en el que se evidencia la falta de establecimientos donde se comercialicen alimentos como en las grandes ciudades del país, en términos de calidad en los servicios que se brindan.

La evaluación del proyecto desde una perspectiva profesional, permite identificar que en el Cantón Chone, existe una amplia gama de áreas de expendio de comida tradicional, sin embargo estos establecimientos, carecen de un estudio y una planificación que les permitan evaluar y proyectar la visión de la empresa en función de las necesidades de los clientes y las demandas de los usuarios. Problemas como la carencia en insumos necesarios para la elaboración adecuada de los alimentos, el confort, la calidad de la atención, entre otros, son aspectos que constituyen limitaciones en una población creciente y con demandas en este sentido.

Con el propósito de brindar un servicio que supere las dificultades que se presentan en la mayoría de los locales de expendio de alimentos, se realiza esta investigación, que tiene como objetivo determinar la factibilidad de crear una microempresa de comidas rápidas en la ciudad de Chone, Cantón del mismo nombre, en la Provincia de Manabí.

Introduction

At present the change in eating habits, caused by a stressful and accelerated pace of life, has forced many people to often resort to fast food restaurants or "fast food", offering an agile and relatively inexpensive creating a large demand for these products identifying a high opportunity for the creation and implementation of these businesses. In recent years, the Ecuadorian population has also experienced these remarkable changes in their eating habits with a high preference for these foods prepared outside the home, which has been imposed in the diet of Ecuadorians. Currently the offers for this type of food are wide and varied due to the easy manufacture of its products, diversity, comfort, low price, immediate consumption and feasible satiety. It is therefore no wonder that every day there is more consumers, especially among children and youth.

The fast food concept is a style of feeding where food is prepared and served to consume quickly in specialized stores or to take for consumption, generally outside the local outlets.

Although since ancient Rome bread with olives was served in street stalls, it was not until 1912 in the Middle East, when the first automatic venues was open, a place that offered food behind a glass window with a slot for payment. Changes in the population's eating habits, caused by a very fast and stressful lifestyle, has forced many people to mostly or very often feed themselves with food refer as "fast food" or junk food, leading to cases in which a person doesn't even need to descend its vehicle to ingest it.

Before the international fast food franchises in Ecuador, people did their consumption in small businesses that were not up to the standards of the franchises.

From the entry of several fast food chains in the Ecuadorian market, these soon achieve possession, this circumstances forced domestic businesses to improve their service standards to compete with these chains, which has caused consumers to have greater demands upon the service and products they receive.

Among the fast food chains, that have entered Ecuador we can include: KFC, Burger King, McDonald's, American Deli, Pizza Hut, Rock and Roll, which have achieved with their varied productions that people consume their products in large quantities. Fast foods, like hamburgers, "hot dogs", French fries, onion rings, fried chicken, pizza and other "snacks" are part of the daily diet of an overwhelming majority of people, including children and teenagers.

Types of Fast Food: Considering that fast food, is made mostly with starches from corn, potatoes or wheat flour and of all kinds of fat, the most common ones are: Hamburgers, Hot Dog, Fried Chicken, French Fries, snacks, sandwiches, kebabs, pizzas, and empanadas.

Characteristics of fast food:

Fast food is mainly characterized by the following:

- It is easy to prepare
- Instant Delivery
- The food is often prepared with ingredients formulated to achieve a certain flavor or consistency to preserve freshness.
- No use of utensils for consumption
- It offers different types of service and consumption, like on the premises, in the street or home and home delivery.
- Moderate prices
- Dishes are practical when you do not have time to eat

Managed under similar standards and preparation processes. A business that provides the service fast food, also presents several advantages:

- People in the event of food emergency, the first option is fast food.
- People of all ages consume fast food, so establishments engaged in this activity always have customers.
- Large space is not required.
- They can provide several services at once
- The majority have accessible schedules according to the area.
- They have a high distribution capacity.

The activity of feeding is like the very existence of human beings. Without this process, the subsistence of human life would be impossible without. The feeding process emerged as an inherent need to living beings and no longer limited to human the survival process it has become a source of pleasure, coupled with the socialization of human beings.

The food marketing process has taken various forms and characteristics. Its origins date back to the early tradition of community feasts, which today has become one of the main activities as part of contemporary tourism development. The setup of fast foods, have evolved from simple marketing options, into large multinational companies marketing food. However, the rescue of traditional cultures in food processing, has lost its essence, with the development of this service.

Currently there is a significant movement for the rescue of the processes of food processing, attached to the highest standards of preparation, with the use of healthy foods and processes, within this dimension is included, small food processing businesses adjusted to the characteristics, needs and demands of human beings and their environment.

Chone is a county in the province of Manabi, where the lack of food facilities marketing food commercialization as in large cities is evident, in terms of quality services provided.

The project evaluation from a professional perspective identifies that in Chone, a wide range of sale areas of traditional food exist, however these establishments lack a study and planning for them to assess and project the company's vision based on customer needs and user demands. Problems such as lack of supplies necessary for the proper preparation of food, comfort, quality of care, among others, are aspects that constitute constraints in a growing population and its demands in this regard. In order to provide a service that overcomes the difficulties encountered in most premises selling food, this research aims to determine the feasibility of creating a micro fast food enterprise in the city of Chone, county of the same name, in the province of Manabi.

Resultados y discusión

Los productos alimentarios que se comercializan en la actualidad, en los locales de expendio de comidas rápidas, se desarrollan en un mercado de competencia monopolística, sustentado en las siguientes características:

- Existen muchos ofertantes
- Los productos y servicios que se ofrecen son variados.
- Alta facilidad de ingreso de competidores.
- La demanda potencial disminuye a medida que entran más competidores.

La segmentación del mercado se basó en su distribución geográfica, su potencial económico y su nivel de cultura.

Distribución Geográfica. Los productos que se comercializarán tendrán como principal mercado objetivo a las personas que se encuentran dentro de la población económicamente activa (PEA) y que realizan sus actividades dentro del área urbana del cantón Chone.

Potencial Económico. En función del crecimiento económico local así como también de una mejora sustancial en el nivel de ingresos de la población y sumado a una disminución en los niveles de

desempleo, en el mediano plazo se espera que exista un crecimiento de la demanda del servicio que se pretende implementar.

Nivel cultural. El compartir en familia, con amigos o personas allegadas de momentos de sano esparcimiento mientras se saborea algún alimento, es parte de la cultura del manabita a nivel general y de los residentes de la ciudad de Chone en lo particular.

Para la identificación de los productos a comercializar se busca una alternativa de alimentación y diversión para la población de la Ciudad de Chone, tratando de ofrecer un servicio de calidad.

El servicio que se oferta consiste en brindar:

Comidas rápidas: hamburguesas, papas fritas, sandwiches, tostadas, pizza, alitas de sabores, lasaña, fritadas, tablitas de carne - mariscos, humitas, torta de choclo, bollos, hornado, patacones rellenos, empanadas, bocadillos de jamón y queso.

Postres: torta mojada de chocolate, cheesecakes, tiramisú, frutas picadas, tres leches, queso de piña, helados.

Bebidas calientes y frías: té aromático, café, té, cappuccino, mocaccinos, batidos, frappé, jugos naturales y gaseosas.

Cocteles: margaritas, piña colada, cuba libre, tequila sunrise.

Para la presente investigación se consideró como potenciales consumidores a las personas que se encuentran dentro de la población económicamente activa (PEA) de la zona urbana del cantón Chone.

Género: Se consideró indistintamente tanto a hombres como mujeres.

Edad: En lo referente a la edad se consideró a aquella mayor a 12 años, la cual pertenece a la población económicamente activa, pues son ellos quienes en su gran mayoría son consumidores del servicio que ofrece el presente proyecto.

Siendo la cuantificación de la demanda uno de los objetivos principales del presente proyecto, para la determinación de la factibilidad comercial del mismo se parte de la búsqueda de la población potencial.

Para la realización del estudio de enmarcado se utilizaron un conjunto de métodos y técnicas tales como la observación, análisis cualitativo y cuantitativo, que permitieron alcanzar los objetivos propuestos.

El análisis de los datos se les realizó a través de la estadística descriptiva e inferencial, que permitieron determinar el tamaño de la muestra a investigar y poder inferir de ella conclusiones estadísticamente significativas.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula de población finita que se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2(N) + Z^2 PQ}$$

n= Tamaño de la muestra

N = Número de elementos de la población

P - Q = Probabilidad de la presentación del fenómeno

Z = Valor crítico correspondiente al nivel de significación (5%)

E = Margen de error permitido, para la presente propuesta se consideró el 7%.

El universo de la población se consideró la población económicamente activa (45,4%) del área urbana (42%) del cantón Chone, la cual según datos proporcionados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) para el año 2010 dio como resultado una PEA de 24.007 habitantes (INEC, 2010).

Esto permitió obtener el siguiente resultado:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 24.007}{0,07^2 (24.007) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{23.056,32}{118,59} \cong 195$$

Una vez determinado el tamaño de la muestra se elaboraron los instrumentos que permitieron recabar la información referente a los gustos y preferencias de las personas que consumen los productos y servicios que ofrece el proyecto planteado. Información tal como: lugares a los que acude, frecuencia, el consumo, horario precio que estarían dispuestos a pagar por los productos y servicios ofrecidos así como también cuales son aquellas características y productos que prefiere.

La demanda potencial de servicio también es motivo de interés para esta investigación, ya que es necesario conocer el volumen de consumo que se va generando en la semana. Esto se pudo constatar en el análisis de los resultados que arrojaron las encuestas, donde se pudo inferir que, el promedio anual de lo que consumen las personas arriba a los \$240.00.

Otro aspecto analizado fue la oferta que está determinada como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios, están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado (Mochón, 2001).

El propósito que se busca, mediante el análisis de la oferta, es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, el precio de las materias primas; entre otros. La investigación de campo que se utilizó tomó en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolla el proyecto.

Para el presente trabajo investigativo, se consideró el número de oferentes del servicio, el volumen de ventas y las limitaciones referentes a los horarios de funcionamiento de los competidores directos del presente proyecto. Además se tuvo en cuenta un aspecto que requiere gran importancia y fue el abastecimiento de los insumos donde se consideraron las siguientes variables:

- Cantidad de proveedores.
- Costos de las materias primas.
- Calidad de los insumos.

En lo que respecta a la cantidad de proveedores se consideraron dos opciones: A través de proveedores locales o proveedores de ciudades aledañas (Manta y Portoviejo).

Al realizar el análisis respectivo, de las variables anteriormente expuestas se pudo determinar que por cantidad de proveedores, costos de materias primas y calidad de los insumos necesarios el abastecimiento de insumos para el presente proyecto se realizará a través de proveedores locales, los cuales existen en gran cantidad y por lo tanto no se consta con mayor dificultad, en la obtención de las materias primas necesarias, para ofrecer los productos que se ofertaran. La existencia de mercado de bastos, supermercado, así como distribuidores mayoristas de diferentes productos garantiza la entrega oportuna de los mismos para su utilización.

Para la elección de los proveedores locales se consideraron algunas variables, entre ellas:

- Precio de las materias primas.
- Calidad de los insumos.
- Costos de transporte.
- Experiencia y reputación en el mercado.
- Situación económica.
- Descuentos por volúmenes de compras.
- Cumplimiento de normas de calidad requeridas.
- Condiciones de pago al proveedor.

- Ubicación del proveedor. (Emprende PYME, 2015).

Teniendo en consideración las variables anteriormente citadas y debidas a las características y servicios que contempla el proyecto, se procedió a realizar un listado de proveedores que cumplen con los estándares de calidad y de cumplimiento para la entrega de sus productos ya elaborados. Entre los que destacan, en conformidad a los análisis efectuados.

Para el desempeño favorable de este proyecto es conveniente tener en cuenta las normativas vigentes: Código de Trabajo, Código Tributario, Derecho Mercantil y Societario, que permitirá poner en marcha dicho proyecto. La empresa se constituirá mediante escritura pública, la cual le permitirá operar legalmente para estar en capacidad de contratar y ser contratada.

La empresa se legalizará a través de un documento notariado por el propietario de la empresa, en dicho documento quedará establecido la nueva razón social de la empresa la cual será: "EL RINCÓN DEL CHINO SOCIEDAD DE HECHO". Los permisos para el funcionamiento del establecimiento, se detallan a continuación:

- Permiso y certificados del Ministerio de Salud Pública.
- Permiso de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).
- GAD del Cantón Chone (Patente municipal)
- Ministerio de Turismo

En el presente proyecto se ha considerado la posibilidad que durante los tres primeros meses de funcionamiento éste no genere los ingresos previstos, y por lo tanto existe la necesidad de contar con un capital inicial que permita cubrir los costos de producción y de operación durante los tres primeros meses del proyecto.

Finalmente la puesta en marcha del proyecto planteado, contribuirá al crecimiento económico de la ciudad, pues permite un incremento de su PIB, así como también genera ingresos al estado por concepto de impuestos.

Results and discussion

Food products sold today in the local fast food outlets developed in a monopolistically competitive market, based on the following characteristics:

- There are many bidders
- The products and services offered are varied.
- High ease of entry of competitors.

- The potential demand decreases as more competitors enter.

Market segmentation is based on geographical distribution, economic potential and level of culture.

Geographic distribution. Items sold will have for main target market people who are within the economically active population (EAP) and conduct their activities within the urban area of Chone County.

Economic potential. Depends on local economic growth as well as a substantial improvement in the income level of the population coupled with a decrease in unemployment levels, we expect grow in demand for the service we intent to implement within a medium term.

Cultural level. Sharing with family, friends or close associates moments of healthy recreation while some food is savored, it is part of the culture of Manabi overall and residents of the city of Chone in particular.

For identification of the products to market, alternative food and fun for the population of the city of Chone is look for, trying to offer a quality service.

The service offered consist in providing:

Fast foods: burgers, fries, sandwiches, toast, pizza, chicken wings flavors, lasagna, fries, meat platters - seafood, tamales, corn cake, scones, hornado, stuffed plantains, empanadas, ham and cheese sandwiches.

Desserts: Chocolate cake, cheesecakes, tiramisu, chopped fruits, three milk, cheese, pineapple ice cream.

Hot and cold drinks: you aromatic coffee, tea, cappuccino, mocaccinos, smoothies, frappe, natural juices and soft drinks.

Cocktails: margaritas, pina colada, free Cuba, tequila sunrise.

For this research is consider as potential consumers the people who are within the economically active population (EAP) of the urban area of Chone.

Genre: Both men and women were equally considered.

Age: Regarding age, people 12 years or older were considered, because they belongs to the economically active population, they are the most likely consumers of the service offered by this project.

As the measurement of demand is one of the main objectives of this project, to determine the commercial feasibility we part of the search for potential population.

For the study of framing a set of methods and techniques such as observation, qualitative and quantitative analysis are use, which allow achieving the proposed objectives.

The data analysis was performed through descriptive and inferential statistics, which allowed to determine the sample size to investigate and to infer from it statistically significant conclusions.

To calculate the sample, a finite population formula as detailed below, was use:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N) + Z^2 P Q}$$

n = sample size

N = number of elements of the population

P - Q = probability of the presentation of the phenomenon

Z = critical value corresponding to the significance level (5%)

E = maximum permissible error, for this proposal the 7% was considered.

The population universe is the economically active population (45.4%) in urban areas (42%) of Chone, according to data provided by the Ecuadorian Institute of Statistics and Census (INEC) for the year 2010 led to result in a PEA of 24,007 inhabitants (INEC, 2010).

This allowed the following results:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 24.007}{0,07^2 (24.007) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{23.056,32}{118,59} \cong 195$$

After determining the sample size, instruments that allowed collecting information regarding the tastes and preferences of people who use the products and services offered by the proposed project were developed. Information such as: places you go, frequency, consumption, hourly price they would be willing to pay for products and services offered as well as features and products preferred. The potential demand of the service is also of interest in this research because it is necessary to know the volume of consumption generated in a week. This was confirm in the analysis of the results yielded in the polls, where it was possible to infer that the annual average of what people consume is up to \$ 240.00.

Another aspect analyzed was the offer determined as the amount of goods or services that certain amount of producers or service providers, are determined to make available to the market at a certain price (Mochón, 2001).

The purpose sought, by analyzing the supply is to define and measure the amounts and conditions to which a good or service is available on the market. The offer, like demand are based on a series of factors, market price of the product or service, the price of raw materials; among others. The field research used, took into account all these factors together with the economic environment in which the project is developed.

For the present research work, the number of service providers, sales volume and limitations regarding the hours of operation of the direct competitors of this project were consider. In addition, it was consider an aspect that requires great importance and was providing inputs where the following variables:

- Price of raw materials.
- Quality of inputs.
- Transport costs.
- Experience and reputation in the market.
- Economic situation.
- Discounts for volume purchases.
- Compliance with required quality standards.
- Payment to the supplier.
- Location of the provider. (Embark SMEs, 2015).

Taking into account the previous cited variables and due to the features and services included in the project, we proceeded to make a list of providers that meet the quality standards and compliance for delivery of their already elaborated products.

For the favorable performance of this project, it is appropriate to take into account the current regulations: Labor Code, Tax Code, Commercial and Corporate Law, which will allow the implementation of the project. The company is constitute by public deed, allowing you to operate legally to be able to hire and be hired.

The owner of the company will legalize the company through a notarized document; this document will set the new name of the company, which is: "EL RINCON DEL CHINO SOCIEDAD DE HECHO". Permits for the operation of the establishment, are detail below:

- Permit and certificates from the Ministry of Public Health.
- Permit from National Agency for Regulation and Control Health Surveillance (ARCSA).

- GAD Chone (municipal patent)
- oMinistry of Tourism

In this project, we have considered the possibility that during the first three months of operation, the enterprise will not generate the expected revenue, and therefore there is a need for an initial capital to cover production and operating costs during the first three months of the project.

Finally, the implementation of the proposed project will contribute to the economic growth of the city, allowing an increase in its GDP and generating revenue to the state through the concept of taxes.

Conclusiones

En el estudio de mercado del presente proyecto, el cual se realizó en el año 2015, se determinó que existe una gran demanda insatisfecha en la ciudad de Chone en lo que respecta al servicio de comidas rápidas.

El presente proyecto pretende cubrir un 10 % de la demanda insatisfecha existente en el cantón Chone.

La evaluación financiera mostró que el proyecto planteado es rentable, pues permitirá obtener un margen de utilidad así como también cubrir las inversiones realizadas por los inversionistas.

La evaluación del proyecto mostró una tasa interna de retorno igual al 21,37 %, la cual es mayor a la tasa de oportunidad del inversionista.

Conclusions

1. In the market study of this project, which was conduct in 2015, it was determined that there is a large unmet demand in the city of Chone with regard to fast food service.
2. This project aims to cover 10% of the existing unmet demand in the Canton Chone.
3. The financial evaluation showed that the proposed project is profitable, as it will allow obtaining a profit margin as well as cover investments made by the investors.
4. The project evaluation showed an internal rate of return equal to 21.37%, which is higher than the rate of opportunity investor.

Recomendaciones

Luego de haber realizado la evaluación financiera y económica del proyecto se recomienda ponerlo en marcha, pues sus indicadores de rentabilidad así lo muestran.

Considerando la evaluación económica del mismo también se recomienda la ejecución del proyecto, pues contribuye a la generación de empleo, lo que se transforma en bienestar social de las personas y de las familias de las personas que intervengan en el proyecto.

Recommendations

1. After completing the financial and economic evaluation of the project it is recommended to start it, because its profitability indicators and show that.
2. Considering the economic evaluation of the project implementation is also recommended, as it contributes to job creation, which transforms into social welfare of individuals and families of the persons involved in the project.

Referencias bibliográficas

Andersen, A. (1999). Diccionario de economía y negocios. Madrid: Espasa Calpe S.A.

Baca Urbina, G. (2001). Evaluación de proyectos. México D.F.: MacGraw-Hill.

Castro Solórzano, M. (2012). SlideShare. Recuperado el 11 de 2015,
De <http://es.slideshare.net/masolc/los-costos-y-los-gastos-definicion-y-calsificacin>

COCA COLA. (2015). www.coca-cola.com. Recuperado el 21 de 8 de 2015, de <http://www.coca-cola.com.ec/es/productos/>

Emprende PYME. (2015). www.emprendepyme.net. Recuperado el 21 de 8 de 2015, de <http://www.emprendepyme.net/claves-para-elegir-proveedores.html>

GUTIERREZ CASTRO, J. P. (2014). Proyecto de inversión para la creación del Centro Recreativo Infantil de juegos inflables "Chiquititos". Manta: ULEAM.

HAIME, L. (1995). Planeación financiera de la empresa moderna. México D.F.: ISEF S.A.

INEC. (2010). Censo de población y vivienda. Quito: INEC.

INEC. (2010). Censo Nacional Económico 2010. Quito: INEC.

MOCHÓN, F. (2001). Principios de economía. Madrid: MacGraw-Hill Interamericana de España.

PRONACA. (2015). www.pronaca.com. Recuperado el 21 de 8 de 2015, de <http://www.pronaca.com/site/principalFood.jsp?arb=1123&cat=84&prod=140>

SAPAG CHAIN, N. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos. México D.F.: Mc Graw Hill.