



The top of the page features a large, light blue world map. Overlaid on the map is the AIU logo, which consists of a stylized globe icon to the left of the letters "AIU" in a bold, gold-colored serif font. Below "AIU" is the text "Atlantic International University" in a smaller, dark blue sans-serif font. A horizontal line separates the logo from the text below it.



A decorative graphic element consisting of three circular globes, each showing a different view of the Earth (North America, Europe, and Africa). The globes are arranged along a curved, grey path that starts from the bottom left and moves towards the top right.

AIU se une a la Iniciativa de "Acceso Abierto" A través de la iniciativa de Acceso Abierto, AIU y otras instituciones a nivel mundial, planean derrumbar los muros que existen actualmente en el acceso a la información y a trabajos de Investigación.

AIU esta interesado en la diseminación de avances realizados en la investigación científica, lo cual es de suma importancia para la operación efectiva de una sociedad moderna. La Visión y Misión de AIU, son consistentes con la visión expresada en la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest y con la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al conocimiento en las Ciencias y Humanidades Estamos verdaderamente complacidos, de pode hacer esta contribución a la comunidad global.

AIU sabe el valor que el conocimiento y el entendimiento, y espera que esta nueva iniciativa, pueda tener una gran repercusión en las vidas de nuestros estudiantes, y noestudiantes alrededor del mundo, quienes tienen la inclinación natural hacia la búsqueda de nuevo conocimiento.

Para ver más información acerca de esta Iniciativa, por favor sírvase a seguir el siguiente link:
<http://www.aiu.edu/spanish/StudentPublications.html>.

Student Publications



AIU
Atlantic International University
www.aiu.edu

**ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS**



**PORPUESTA PARA REUBICAR EL RESTAURANTE DE COMIDA RAPIDA
MEXICANA DENOMINADO MEXICO Y MÁS, EL RESTAURANTE**

Juan Carlos Pérez Alarcón

Guatemala, Septiembre de 2008

ABSTRACT

La reubicación de un restaurante de comida rápida mexicana, en el centro comercial los próceres, nace como una propuesta de necesidad de crecimiento y formación empresarial y ofrecer un intercambio social y comercial en la ciudad de Guatemala para promover platos de comida mexicana en un servicio rápido y eficiente dentro de un menú mexicano hecho en Guatemala.

La encuesta realizada a 38 personas muestra una tendencia al deseo de frecuentar y probar este tipo de comida, la segmentación del mercado meta para este negocio se encuentra definido entre ejecutivos u oficinistas mayores de 25 años, personas en general que visiten el centro comercial, ya sea por negocios, entretenimiento o diversión.

La comercialización del restaurante se llevara a cabo por medio de la venta de menús directamente al consumidor final. Se hará énfasis en el mercado relacional y en un servicio diferenciador de atención al público.

Este restaurante ofrecerá la capacidad de 400 menús diarios, atendiendo al público inicialmente en horario de almuerzos y cenas. Se estima una inversión inicial de Q. 750,000.00 que incluye la remodelación del local, compra de mobiliario y utensilios para ambas áreas.

Los procesos que se llevan a cabo transforman la materia prima en producto terminado a través del personal en funciones.

Esta empresa se constituye como una Sociedad Anónima con una aportación de Q.350,010.00 de los socios que conforman la junta directiva, quienes a su vez nombran a un administrados único.

Los estados de resultados proyectados del restaurante reflejan movimiento de ingresos y egresos dinámicos.

Se realizó una inversión inicial de Q. 750,000.00 sin demostrar utilidad alguna del proyecto.

El valor actual neto (VAN) obtenido del análisis efectuado, no es positivo, siendo este de -Q. 555,761.00 lo cual no cubre las tasas de rentabilidad mínima aceptada de la TPR de 154.16%, ni las expectativas de los inversionistas, cálculo que resulto de la determinación de la tasa interna de retorno

(TIR) la cual fue de -4%.

Con relación al beneficio costo del proyecto es de .99 centavos de quetzal, siendo menor que uno, esto quiere decir que los ingresos generados no alcanzan la cobertura de los costos y gastos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1.	INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 2.	INFORMACIÓN DEL PROYECTO	2
2.1	<i>Antecedentes</i>	2
2.2	<i>Problema</i>	2
2.2.1	<i>Árbol de problema</i>	2
2.2.2	<i>Árbol de objetivos</i>	3
2.2.3	<i>Análisis de opción de solución</i>	3
2.3	Objetivos de la investigación (general y específicos)	4
2.3.1	Objetivo general	5
2.3.2	Objetivos específicos	5
2.5	Marco teórico conceptual	5
CAPÍTULO 3.	ESTUDIO DE MERCADO	5
3.1	El servicio en el mercado	5
3.1.1	Servicio principal y servicios secundarios	5
3.1.2	Servicios sustitutos y similares	6
3.2	Área del mercado	9
3.2.1	Población consumidora	9
3.2.2	Estructura de la población	9
3.2.3	Tasas de crecimiento poblacional	9
3.2.4	Ingresos de la población	9
3.2.5	Estructura de la población por grupos étnicos	9
3.3	Comportamiento de la demanda	10
3.3.1	Situación actual	10
3.3.2	Características teóricas de la demanda	10
3.3.3	Situación futura proyección de la demanda	10
3.4	Comportamiento de oferta	10
3.4.1	Situación de la oferta	10
3.4.2	Análisis del régimen de mercado	10
3.4.3	Situación futura de la oferta	10

3.5	Comportamiento de los precios	27
3.5.1	Estimación y evolución futura de precios	27
3.5.2	influencia prevista precios sobre la demanda y márgenes	27
3.6	Análisis de comercialización	28
3.6.1	Canales de comercialización	28
3.6.2	Formas de comercialización	28
3.6.3	Capacidad de competencia del proyecto	28
3.6.4	Oferta potencial del proyecto	29
CAPITULO 4.	ESTUDIO TÉCNICO	30
4.1	<i>Tamaño</i>	30
4.1.1	<i>Capacidad del proyecto</i>	30
4.1.2	<i>Factores condicionantes del tamaño del mercado</i>	30
4.1.3	<i>Justificación del tamaño en relación al proceso</i>	31
4.2	<i>Localización</i>	32
4.2.1	<i>Macro localización</i>	32
4.2.2	<i>Micro localización</i>	32
4.2.3	<i>Integración en el medio</i>	32
4.2.4	Localización con relación al medio geográfico	32
4.2.5	Localización con relación a características geográficas	33
4.2.6	Distancias y costos de transportes de lo insumos-productos	33
4.2.7	Justificación de la localización en relación con tamaño proceso	33
4.3	Proceso principal del proyecto	34
4.3.1	Descripción del proceso	34
4.3.2	Insumos principales y primarios	37
4.3.3	Residuos generados por el proceso	37
4.3.4	Identificación y descripción de etapas del proceso	37
4.3.5	Flujo grama del proceso total	38
4.3	Descripción de las instalaciones	39
4.3.7	Capacidad ociosa	39
4.3.8	Expansión por cambios tecnologías	39

4.4	Obras físicas	40
4.4.1	Inventario y especificaciones de las obras	40
4.4.2	Dimensiones de las obras	40
4.5	Organización	41
4.6	Calendario (Diagrama de gant)	42
4.7	Resumen del estudio técnico	43
CAPÍTULO 5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL	44
5.1	<i>Estructura Administrativo-Legal</i>	44
5.2	<i>Marco Legal del Proyecto.</i>	44
5.3	<i>Estructura Administrativa.</i>	45
5.4	<i>Descripción y Perfil de Puestos.</i>	46
5.5	<i>Resumen</i>	53
CAPÍTULO 6.	ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL	54
6.1	<i>Descripción del Entorno Biótico y Abiótico.</i>	54
6.2	<i>Identificación de Desechos y Residuos</i>	54
6.3	<i>Identificación de Impactos.</i>	54
6.4	<i>Definición de medidas de Mitigación.</i>	54
6.5	<i>Plan de Manejo Ambiental del Proyecto.</i>	54
6.6	<i>Plan de Higiene y Seguridad Industrial.</i>	54
6.7	<i>Resumen</i>	54
CAPÍTULO 7.	ESTUDIO FINANCIERO	54
7.1	<i>Análisis de Costos</i>	54
7.1.1	<i>Costo de la inversión física</i>	56
7.1.2	<i>Costo total de la operación</i>	57
7.1.3	<i>Costos unitarios básicos y su estructura</i>	57
7.1.4	<i>Clasificación de los rubros en fijos y variables</i>	57
7.2	<i>Análisis de ingresos</i>	57
		57
		58
		58
		59

7.3	<i>Recursos financieros para la inversión</i>	59
7.3.1	<i>Estado de resultados proyectado</i>	59
7.3.2	<i>Capital disponible, a corto, mediano y largo plazo</i>	60
7.3.3	<i>Calendario de inversiones</i>	61
7.3.4	<i>Las necesidades de capital de trabajo</i>	62
7.3.5	<i>Estructura y fuentes de financiamiento</i>	63
7.3.6	<i>Programa de financiamiento, necesidades de capital</i>	63
7.3.7	<i>Cuadro de fuentes y uso de fondos</i>	64
7.3.8	<i>Apalancamiento financiero</i>	65
7.4	<i>Punto de equilibrio</i>	65
7.5	<i>Cuadro de fuentes y uso de fondos</i>	66
7.6	<i>Estados financieros proyectados</i>	66
7.6.1	<i>Análisis y proyecciones financieras</i>	66
7.7	<i>Evaluación económica</i>	67
7.7.1	<i>Valor actual neto</i>	67
7.7.2	<i>Tasa interna de retorno</i>	69
7.7.3	<i>Relación beneficio costo</i>	70
7.8	<i>Análisis de sensibilidades</i>	70
7.9	<i>Resumen</i>	71
CAPÍTULO 8.	CONCLUSIONES	72
CAPÍTULO 9.	RECOMENDACIONES	73
BIBLIOGRAFÍA		74
ANEXOS		75
GLOSARIO		76



CAPITULO 1.

INTRODUCCION

Actualmente la industria alimentaria, y específicamente el establecimiento de restaurantes, da vida a la economía de muchas comunidades, ciudades y países. Factores como el crecimiento de los estándares de vida, de la educación, y de los avances tecnológicos están influyendo para que la gente viva más tiempo y busque que lapsos de intercambio social y comercial en lugares como los restaurantes.

El proceso de materializar la idea del establecimiento de un restaurante de comida rápida Mexicana, en un negocio rentable, es el propósito principal de este proyecto y en las páginas a continuación se encuentra el detalle de la investigación realizada para la “Reubicación del restaurante de comida rápida Mexicana en el Centro Comercial los Próceres en la zona 10 de la ciudad de Guatemala”

Dicho proceso abarca la determinación de la demanda potencial en el mercado, el detalle de las necesidades técnicas, su estructura organizacional, las leyes vigentes en el país para su operación los aspectos financieros para soportar la operación y finalmente los análisis financieros que determinan la viabilidad del proyecto.

Por mucho tiempo se ha dicho que la industria de los restaurantes reside en el negocio de proveer comidas y bebidas, pero hoy en día es más que eso. Hoy, el cliente no busca sólo un lugar donde pueda satisfacer su paladar, sino un lugar que también le proporcione atención y servicio especializado dentro de una atmosfera singular.

CAPITULO 2 INFORMACION DEL PROYECTO

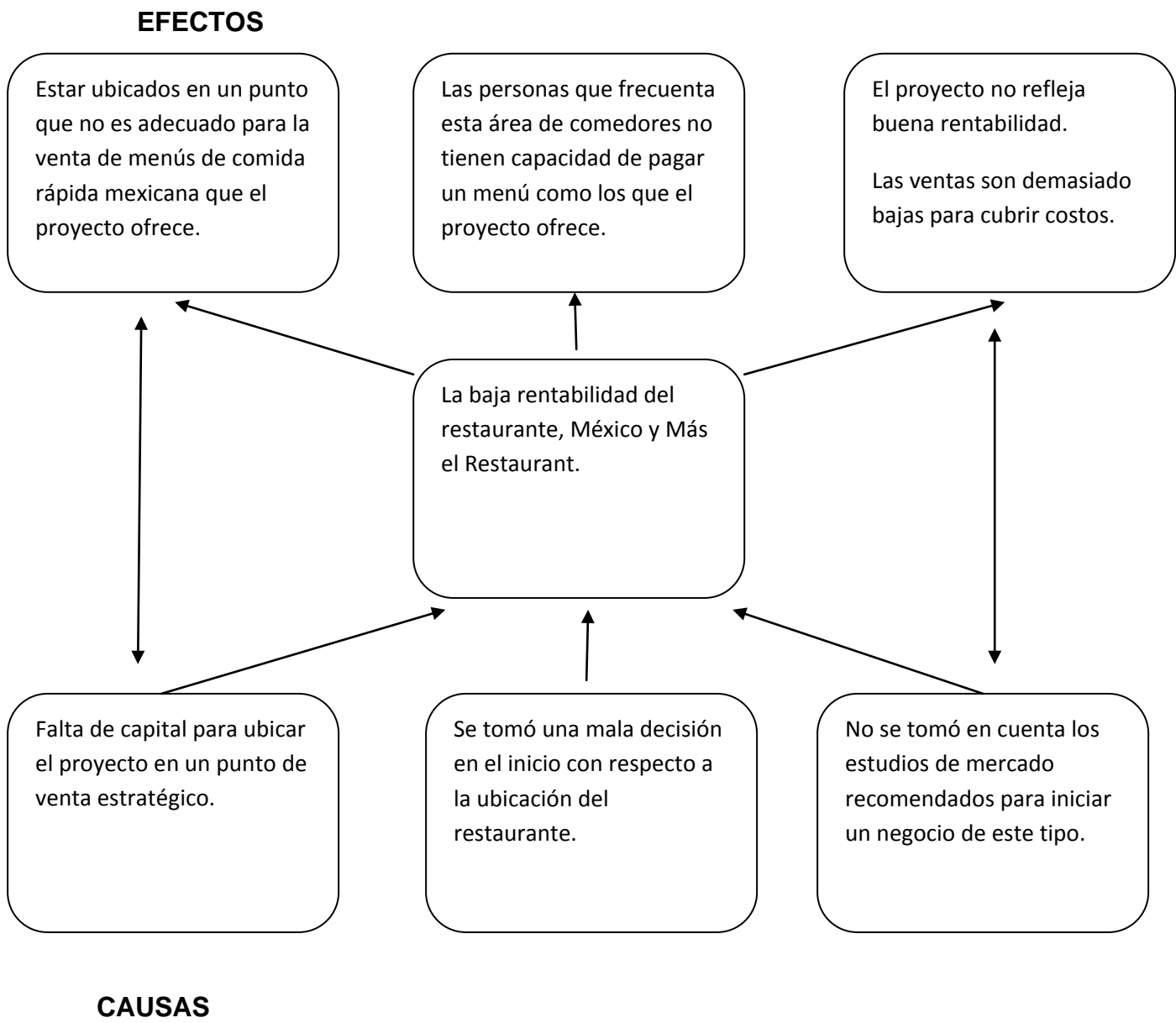
2.1 Antecedentes

Existe cierta experiencia obtenida en la administración de restaurantes, debido a que en la actualidad se trabaja con uno de platillos mexicanos, lo cual motivó a la búsqueda de una mejor opción de venta de comida. Esto dio por resultado la detección de un nicho de mercado en el que se vio la oportunidad de crear y ubicar el restaurante de comida rápida mexicana en el Centro Comercial los Próceres de la zona 10, ya se cuenta con algunas recetas especiales que no han sido explotadas por los restaurantes de esta misma índole en Guatemala, se detectó que tienen aceptación en el restaurante que se tiene en la actualidad en el Centro Comercial Meta Terminal del Norte, propiciando de esta manera las mejoras en lo que respecta a establecimiento y ubicación de " México y Más el Restaurant"

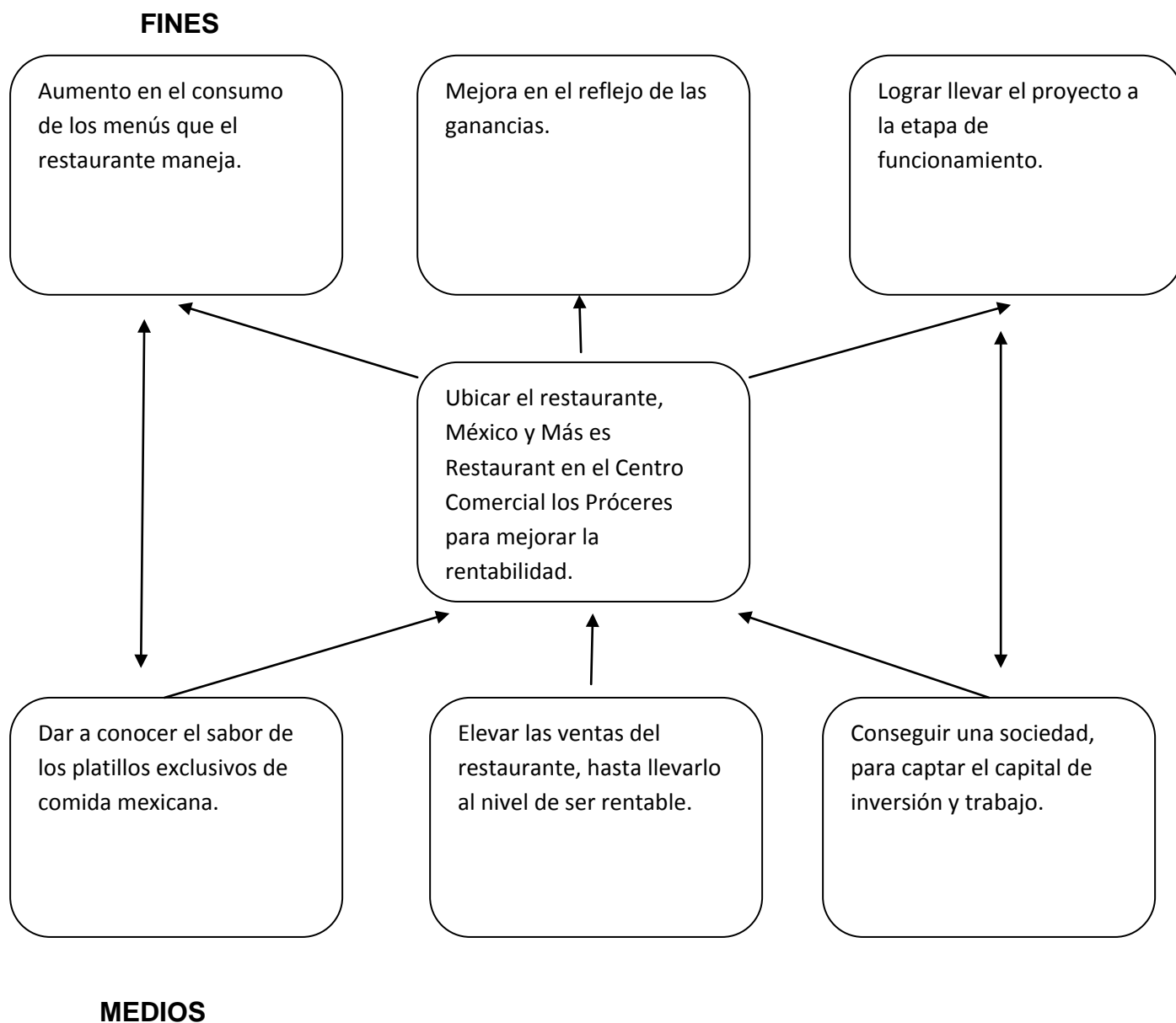
2. 2 Problema

Existen bajos ingresos por venta en el restaurante en la actualidad, los costos son muy altos y los precios de venta deben ser bajos, por el motivo de que competencia maneja precios muy por debajo que los establecidos en el restaurante, el negocio no está brindando la rentabilidad que se espera para cubrir los costos que este genera.

2.2.1 Árbol de problemas



2.2.2 Árbol de Objetivos



2.2.3 Análisis de opciones de solución

En este trabajo se consideraron las siguientes alternativas para la solución del problema detectado:

1. Ubicar el proyecto en un punto de venta adecuado
2. Buscar un financiamiento a través de una sociedad y/o sistema bancario.
3. Estructurar el restaurante como una empresa formal.

2.3 Objetivos de esta investigación

2.3.1 Objetivo general

Evaluar la factibilidad de mejorar el nivel de rentabilidad del restaurante, México y Más el restaurant, a través de trasladarlo al Centro Comercial Los Próceres, Zona 10.

2.3.2 Objetivos específicos

- Establecer si el traslado contribuirá a elevar las ventas del restaurante
- Establecer la estructura legal y organizacional adecuada para encontrar un socio capitalista y/o préstamo bancario
- Evaluar si la nueva ubicación del proyecto es un punto estratégico para alcanzar los objetivos de incrementar su rentabilidad.
- Determinar si el traslado del Restaurante es factible desde el punto de vista financiero

2.4 Justificación del proyecto

Debido al interés de los actuales propietarios del establecimiento México y mas, el restaurant, de incrementar su rentabilidad. Se hace necesario determinar la factibilidad de trasladar el establecimiento hacia una zona de mayor tráfico peatonal y afluencia, con mayor poder adquisitivo, que pueda disfrutar de comida rápida mexicana, donde se pueda degustar la variedad de esta cocina de alta calidad, y con ello poder mejorar los niveles de ingresos.

2.5 Marco teórico conceptual

La comida típica rápida mexicana

Industria de la comida rápida, es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados en forma masiva.

La comida mexicana es una forma de expresión que encierra características culturales de cada región del país y cada una tiene su propia y origen.

Influenciada por las distintas culturas y creando una variedad de platos Mestizos por la fusión de platillos prehispánicos e influencia española.

De tal forma de disfrutando este tipo de comida se puede fácilmente penetrar en lo más hondo de sus raíces y así conocer de otra manera su historia, sus tradiciones y al mismo tiempo aproximarse a descubrir los secretos que también perfilan una identidad cultural.

La comida mexicana se basa la fabricación de alimentos a base de maíz y carnes, sin embargo existen una variedad de platillos típicos como lo son el pozole, frijoles charros, sopes, pellizcadas, enchiladas, tacos, quesadillas y tortas.

El proceso de alimentación

El proceso de alimentación es el conjunto de actividades que permite a los organismos utilizar y transformar los nutrientes del medio externo y dieta alimentaria es la cantidad y el tipo de alimentos que una persona consume diariamente.

La actividad de alimentar el cuerpo humano nace desde la misma creación del ser en el vientre de la madre y es una actividad directamente relacionada con la supervivencia de la persona a lo largo de su vida.

El individuo se alimenta en su hogar y fuera del mismo para satisfacer sus necesidades básicas, estructurales y funcionales.

Historia de los restaurantes

El comer fuera de casa ha sido una práctica que según que según la historia viene del año 1700 ac pues se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor publico en Egipto que tenía un menú limitado, donde solo servían un plato preparado con cereales, aves y cebolla.

Los antiguos romanos salían mucho a comer fuera de sus casas, aun hoy pueden encontrarse pruebas en Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles. En sus

calles había una gran cantidad de bares que servían pan, queso, vino, nueces, datile, higos y comidas calientes.

Después de la caída del imperio romano, las comidas fuera de casa se realizaban generalmente en las tabernas o posadas donde se podían comprar platos ya preparados.

Las cafeterías son un antepasado de los restaurantes y estas aparecieron en Oxford en 1650 y siete años después en Londres.

Aculturación y globalización

Es un ensayo escrito por Jhanan Naime, se encuentran datos que relacionan la identidad nacional de los pueblos y la gastronomía, definiendo la aculturación como un proceso dinámico que ocurre cuando dos grupos culturales autónomos están en contacto constante, donde uno y otro buscan provocar un cambio hacia una cultura o hacia ambas, dependiendo de la relación de poder que se establezca y esto ocurre a nivel del grupo y a nivel de individuo.

A través de los siglos, la historia de las sociedades se ha definido por la historia de sus alimentos.

Según Galles Levine, la historia de las sociedades se dividen en cuatro momentos fundamentales, todos relacionados con los alimentos: bandas de cazadores recolectores, pueblos horticultores, estados agrarios y naciones industriales.

Por el espacio tan importante que los alimentos o las comidas de un pueblo ocupan en las culturas, se puede concluir que la comida se convierte en un diferenciador muy importante entre las naciones.

Por ejemplo, si a un guatemalteco se le preguntan las cosas que lo hacen diferente a otros países, una de las respuestas más comunes que se encuentran son los tamales, por lo que uno de los elementos que definen a una nación tiene que ver con su alimentación.

Por todo esto no debe impresionar que una lista particular de alimentos defina gran parte de la identidad de un ciudadano.

Hoy en día los procesos de globalización que se están llevando a cabo en los cuales la tendencia de los mercados y de las empresas es a extenderse para alcanzar dimensiones mundiales que sobrepasen las fronteras nacionales, se encuentra un variedad de comidas extranjeras disponibles, pero pocas propuestas de comida mexicana.

Los alimentos de influencia extranjera y con características de aculturación, ha pasado a formar parte del mundo globalizado a través de franquicias que están influenciando los hábitos y costumbres tradicionales de las culturas.

Por lo tanto la propuesta de este proyecto es aprovechar a promover la comida mexicana hecha en Guatemala dentro de un contexto de la globalización.

CAPITULO 3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 El servicio en el mercado

3.1.1 Definición del servicio

El restaurante México y Más el restaurant, es un comercio público que se ubicará en el Centro Comercial los Próceres de la zona 10 de Guatemala, donde se ofrecerá el servicio de preparación de alimentos y bebidas clasificados en términos de comida rápida mexicana.

Este restaurante se encuentra en la categoría de comida rápida en el cual lo alimentos son de gran calidad y servicio en mostrador. El pedido se realiza en base a un menú visual.

El costo va de acuerdo al tipo de menú que solicite el cliente.

La ambientación y el servicio son los principales factores en los que se enfoca el restaurante.

La característica principal de este restaurante es el brindar un servicio que convierta la hora de la comida en delicioso momento para disfrutar, además de servir alimentos terminados este servicio cordial y agradable estará enfocado en su calidad para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones buscando la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes.

3.1.2 Servicio principal y servicios secundarios

Servir en el mostrador menús de comida mexicana

3.1.3 Servicios sustitutos o similares

Taco inn: Centro Comercial los Próceres

Taco bell: Centro Comercial los Próceres

Los productos sustitutos son todos aquellos alimentos que se venden en los centros comerciales, cafeterías y otros establecimientos.

3.2 Área del mercado

3.2.1 Población consumidora, contingente, actual y futuro

La población total de la república de Guatemala reportada para el año 2,007 fue de 13.2 millones de habitantes, duplicándose esta cada 28 años, según datos proporcionados por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Concyt).

3.2.2 Estructura de la población por grupos, edades, segmentos

De acuerdo a los datos obtenidos en el Censo de la población 2,002 del Instituto Nacional de Estadística (INE) la población urbana se clasifica en tres grandes segmentos de edades, de los cuales el 37% son personas entre 0 y 14 años, el 56% entre 15 y 59 años el 7% de 60 años en adelante, asimismo, la segmentación socioeconómica en la ciudad de Guatemala se distribuye en 4 grandes grupos: Clase AB5 %, Clase C 35%, Clase D 40% y la Clase E 20%.

3.2.3 Tasas de crecimiento poblacional

La tasa de crecimiento de la población es del 2.152% anual de acuerdo a datos proporcionados por el INE.

3.2.4 Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento.

El ingreso promedio familiar mensual a nivel nacional es de Q. 3,220.84. El ingreso promedio mensual a nivel urbano es de Q. 4,723.35 y para el área rural Q. 2,070.75. Según el Banco de Guatemala el ingreso per cápita de Q19, 137.20 anuales.

Fuente: Afirmación INE

3.2.5 Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso

El gasto del ingreso en Guatemala se encuentra distribuido en los rubros de alimentos y bebidas, salud, bienes y servicios, vivienda, vestido y calzado, recreación, transporte, mobiliario y educación. El 20% de la población recibe 68% de ingresos de los cuales el 60% de ingresos se destina al consumo.

3.3 Comportamiento de la demanda

3.3.1 Situación Actual; series estadísticas básicas, estimación de la demanda actual, distribución espacial y tipología del consumidor

La población a nivel nacional con ingresos de Q.15, 000.00 en adelante, ocupa el 34% de sus ingresos en alimentos de comida preparada.

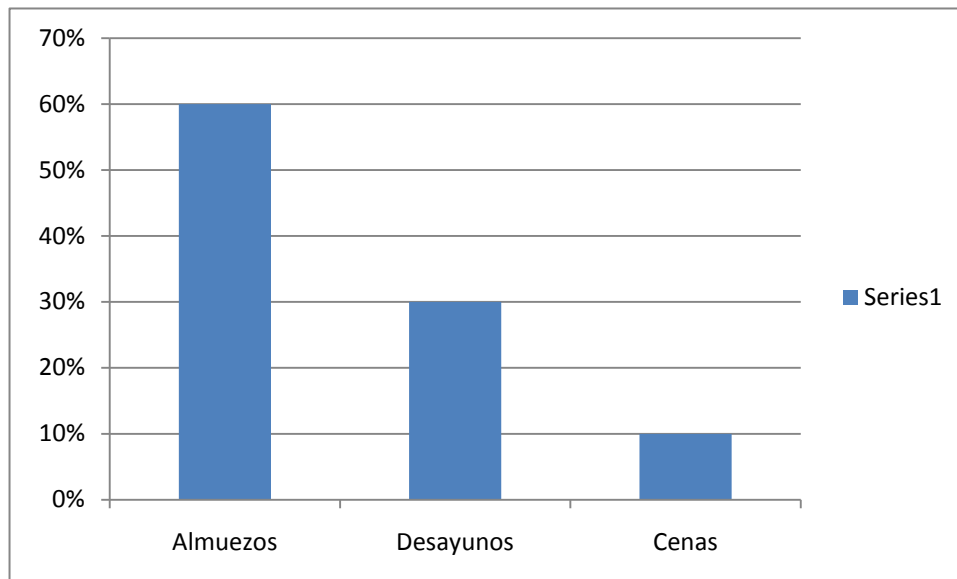
TABLA 3.1 Distribución del gasto en alimentos con relación al nivel de ingreso					
	Nacional	Nivel de ingreso			
		< 1300	1300 a 4999	5000 a 14999	15000 y más
% de hogares	100	31	54	13	2
% del gasto	37	52	42	29	17
Distribución del gasto en alimentos					
% alimentos no preparados	74	82	76	67	59
% comidas preparadas	21	15	19	27	34
% bebidas	5	3	5	5	7

Fuente: PRODATOS

3.3.2 Características teóricas de la demanda; coeficiente de crecimiento histórico índices básicos y curvas de demanda

Grafica 1

El patrón de consumo de almuerzos, desayunos y cenas adquiridos ya preparados en el área metropolitana (% de hogares)

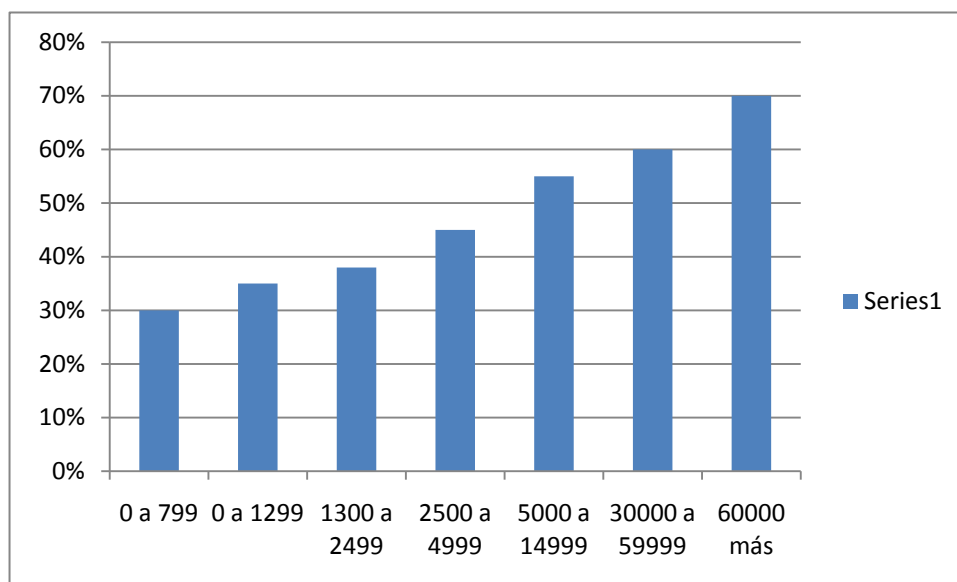


Fuente: MTMenchu-ConAlim cursoSANGua

Se puede decir que a mayor ingresos económicos, la tendendencia de consumo de almuerzos, desayunos y cenas adquiridos ya preparados, también es mayor; tal y como se refleja en la grafica 2.

Grafica 2

Patrón de consumo de almuerzos, desayunos y cenas, adquiridos ya preparados, por nivel de ingresos (% de hogares en Guatemala)



Fuente: MTMenchu-ConAlim cursoSANGua. Expresado en Quetzales.

Para fines de este proyecto, se define que la tipología del consumidor futuro cuenta con las siguientes características:

- a) Personas económicamente activas que trabajan o visitan la zona 10
- b) Población comprendida entre 15 y 59 años

- c) De nacionalidad guatemalteca o extranjera
- d) Habitantes de la zona 10 y personas que visitan regularmente el centro comercial los próceres zona 10.

TABLA 3.2 Cálculo de la demanda potencial	
Total población urbana 2009 (al 2.152% de crecimiento) en edad comprendida entre 15 y 59 años	612,325
Estratos	
Clase AB 5%	30,616
Clase C 35%	214,314
Clase D 40%	244,930
Clase E 20%	122,465
Población objetivo	
Clase AB 5%	30,616
Clase C 35%	214,314
Total población objetivo	244,930

Fuente: PRODATOS

Características del segmento potencial

Demográfico	
Edad:	15 a 59 años
Sexo:	Masculino y femenino
Tamaño de la familia:	2 ,1 4 niños por familia

Ingreso:	Medio y alto
Ciclo de vida familiar:	Joven soltero, joven casado, sin hijos, casado con hijos, mayor soltero
Ocupación:	Profesional y técnica, funcionarios, propietarios y personal oficinista
Religión:	Católico, protestante, judío, musulmán, Hindú etc.
Raza:	Latinoamericano, asiático, negro y blanco
Nacionalidad:	Indistinta

Psicografico

Clase social:	Clase trabajadora, clase media, media alta, alta baja
Estilo de vida:	Realizados, creyentes, esforzados, vanguardistas, sociables
Personalidad:	Consumidora

Conductual

Ocasiones:	Ordinaria o especial
Beneficios:	Calidad, sabor y atención
Situación usuario:	Usuario potencial, usuario primerizo y usuario consuetudinario
Frecuencia de uso:	Diario, ocasional, medio o intensivo
Situación de lealtad:	Mediana
Preparación:	Con conocimiento, interesado y deseoso
Actitud al producto:	Positiva, indiferente, negativa

Segmento Meta 1 Ejecutivos u oficinistas mayores de 25 años

En este segmento se encuentran las personas que tiene un ingreso que les permite tomar decisiones de compra y frecuentar este tipo de negocio, que guste de comer un buen menú y que busque sabor calidad y rapidez de servicio

Segmento Meta 2 Personas que visitan el centro comercial los próceres por entretenimiento

Hoy en día los centros comerciales son un lugar de distracción y variedad, las personas buscan salir de lo común y encuentran atractiva la idea de pasear en el comercial

Segmento Meta 3 Familias completas

En la actualidad las familias necesitan distracción a un costo bajo, los centros comerciales ofrecen cines, tiendas, áreas de juegos y un lugar para aprovechar la hora del almuerzo

3.3.3 Situación futura-proyección de la demanda

Para determinar la proyección futura de la demanda, se tomaron en consideración los siguientes aspectos:

-Aumento del consumo de alimentos preparados fuera del hogar

-Estadísticas de la Secretaría General de Planificación Económica (SEGEPLAN) publicados en el diario "El Periódico" en Agosto del 2,006, indican el establecimiento de

20,654 empresas en la zona 10 lo cual genera el 47.3% del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

Por lo que de acuerdo al análisis del entorno de la demanda en la ciudad de Guatemala, los datos obtenidos en la encuesta realizada, y la experiencia en el manejo de restaurantes, se puede concluir en que existe una demanda potencial estimada en alrededor de 28,000 visitas anuales a los restaurantes de comida rápida, conformadas por personas que viven o visitan la zona 10.

Para realizar los cálculos futuros de esta demanda, se utilizan los indicadores de inflación 9.10% más la tasa de crecimiento e la población 2.152%, proyectando una demanda estimada para el quinto año de operación de 44,119 visitas anuales al restaurante.

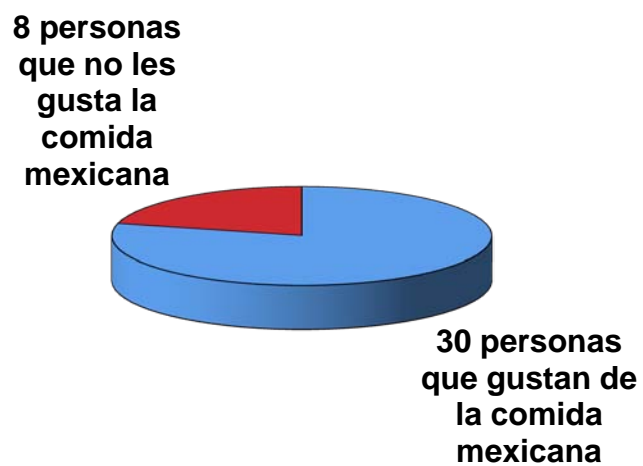
Tabla 3.3

Proyección de la demanda futura							
		Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5	
Visitas anuales			28800	32041	35646	39657	
Crecimiento 11.252%			3240.576	3605	4011	4462	
		28800	32040.576	35646	39657	44119	

Asimismo, para conocer los hábitos de consumo de los clientes potenciales del proyecto, se realizaron 38 encuestas a personas entre el grupo objetivo de 15 a 60 años de edad, de la ciudad de Guatemala, personas que visitan el Centro Comercial los Próceres y que trabajan por el sector de la zona 10 lo cual se utilizó como un muestreo de tendencia de la demanda que existe, y lograr encontrar información que se catálogo como importante para este proyecto.

1. Personas encuestadas a las que les gusta la comida mexicana

Grafica 3

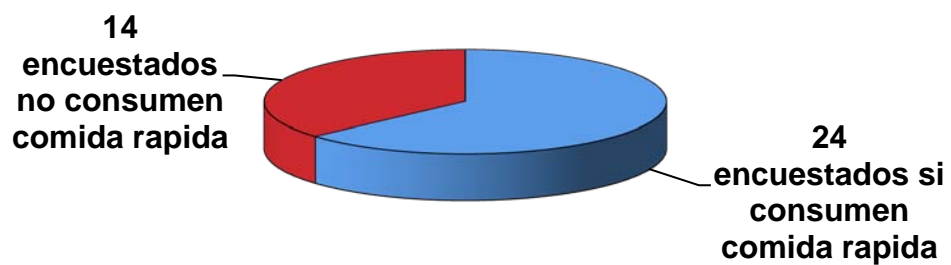


38 personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia.

2. Personas que consumen comida rápida en centros comerciales

Grafica 4



38 personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia

3. Frecuencia de visitas por mes de las personas encuestadas a centros comerciales

Grafica 5

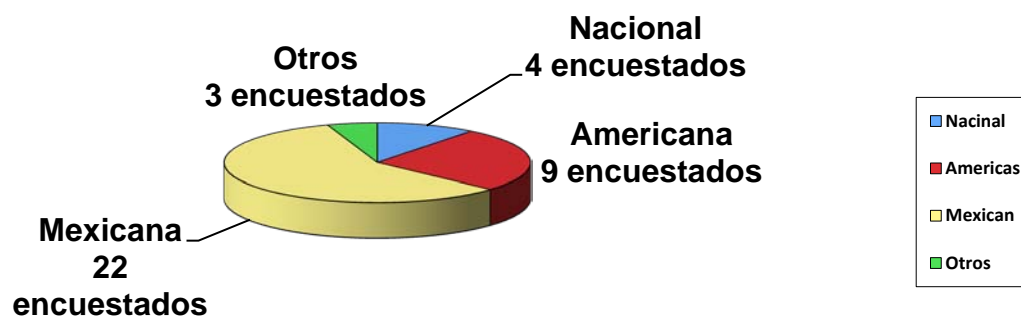


38 personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia

4. Estos son los tipos de comida rápida que se prefieren las personas encuestadas

Grafica 6

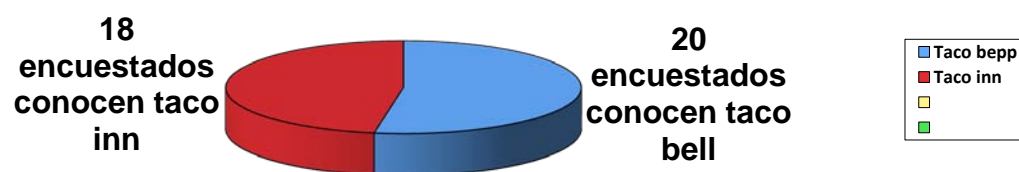


38 personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia

5. Restaurantes de comida rápida mexicana más conocidos

Grafica 7

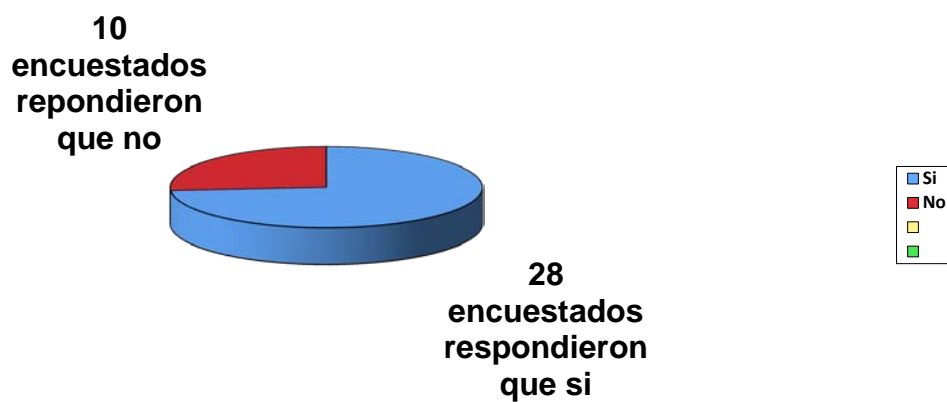


38 personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia

6. Le gustaría que existieran otras opciones en comida mexicana

Grafica 8

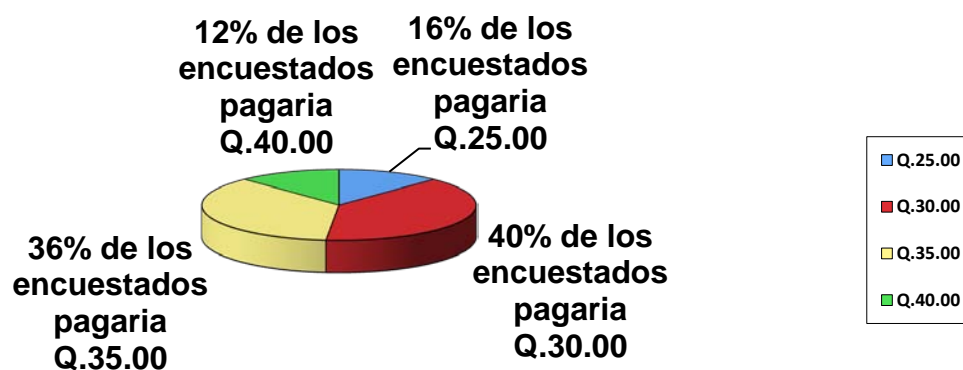


38 personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia

7. Lo que pagarían las personas por un menú de comida rápida mexicana

Grafica 9

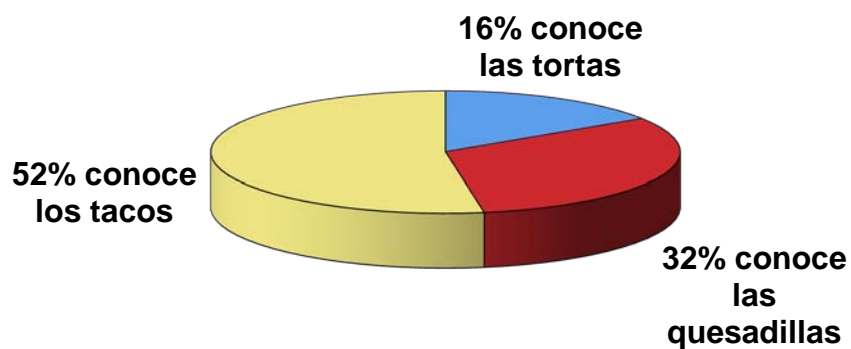


38 personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia

8. Platillos de comida mexicana más conocidos

Grafica 10



38 personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia

La grafica indica que la mayoría de la población conoce los tacos más que los otros dos platillos seleccionados para la pregunta.

3.4 Comportamiento de oferta

3.4.1 Situación actual, series estadísticas básicas, estimación de la oferta actual e inventario de los principales proveedores.

De la situación actual del comportamiento en lo que respecta a la oferta no existen datos estadísticos específicos de lo que es comida rápida mexicana de la misma manera para otros tipos de comida.

Pero en lo respecta a la situación actual se puede apreciar un crecimiento considerable de restaurantes de comida rápida en los centros comerciales de la ciudad Guatemalteca, existen desde comida típica nacional hasta comida cubana, aproximadamente en cada centro comercial en las aéreas de restaurantes se pueden contemplar aproximadamente 30 opciones para elegir en comida rápida en general, siendo 2 de cada treinta comida mexicana, nuestra principal competencia son estos últimos léase TACO INN Y TACOBELL, que se ubican en las áreas directas donde el proyecto entrara en función, según datos recolectados en las encuestas realizadas en el Centro Comercial los Próceres.

Se estima que estas dos empresas ya cuentan con un nivel de reconocimiento bastante amplio en la ciudad de Guatemala, debido a la calidad y disponibilidad inmediata de los productos que ofrecen al consumidor final.

3.4.2 Análisis del régimen de mercado; naturaleza y grado de la intervención estatal, subsidios, dumping, grado de competencia entre proveedores

El régimen del mercado guatemalteco uno de libre competencia, no existe intervención estatal, no subsidios, no se da dumping de los precios en este sector y el grado de competencia entre los proveedores es moderado.

3.4.3 Situación futura de la oferta, utilización futura de capacidad ociosa, planes y proyectos de la capacidad instalada, análisis de los factores que condicionan la evolución previsible

Debido a la falta de información de planes o proyectos de expansión de los competidores en el mercado, no es posible realizar el análisis de los factores que condicionan la evolución previsible de sus operaciones.

3.5 Comportamiento de los precios.

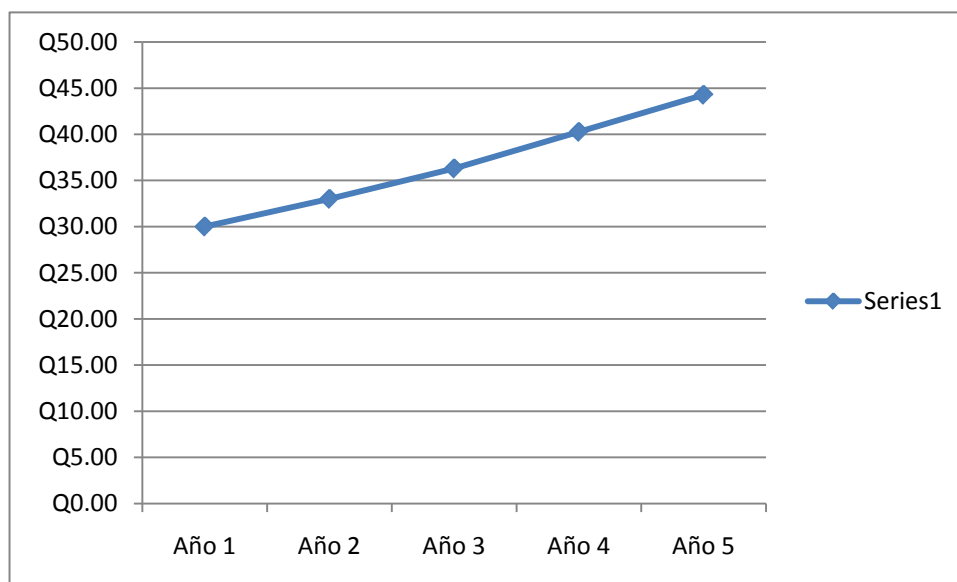
3.5.1 Estimación de la evolución futura de los precios

Series estadísticas básicas.

Se estima que la evolución futura de los precios de verán influenciada por varios factores internos y externos del país como la tasa de inflación, el aumento en el precio del petróleo y como consecuencia incremento de precios de la comida preparada entre un 10 y 15% anual.

En este caso se utilizo un 10% de crecimiento en el valor de los precios por menú de comida rápida.

Grafica 11



Fuente: Elaboración propia

3.5.2 Influencia de los precios sobre la demanda

Los precios del restaurante de comida rápida mexicana tienen una demanda elástica, debido a que su consumo disminuye si los precios aumentan.

3.5.3 Márgenes de comercialización

Los márgenes que se utilizarán para la comercialización de los productos estarán en un rango de 50% de utilidad.

3.6 Análisis de la comercialización.

3.6.1 Canales de comercialización

La comercialización de los alimentos se realizará en las propias instalaciones del restaurante y se venderá directamente al cliente.

3.6.2 Formas de comercialización del proyecto

Se venderán menús directamente ordenados por el cliente.

3.6.3 Capacidad de competencia del proyecto.

El proyecto está diseñado con la capacidad necesaria de competencia en este mercado, teniendo como fortalezas productos que no están a la venta en nuestra competencia, dichos productos son nuevos en Guatemala, prácticamente son recetas exclusivas de gran sabor y calidad, se contará con un financiamiento bancario para equipar debidamente los puntos de venta con la tecnología de punta, se trabajará fuertemente con el concepto de servicio extremo, el proyecto se especializará dos productos o menús principales en su inicio, por tal motivo no se tendrá mucha variedad en materia prima, de tal manera que los costos serán menores al no tener la necesidad de tener capital ocioso en productos que no tendrán movimiento a diario.

3.6.4 Oferta potencial del proyecto

Los productos exclusivos son quesadillas y tacos, todo al estilo mexicano, esto nos brindará preferencia ante la competencia, el proyecto enfocará todo su potencial en estos productos al lanzarlos al mercado.

Cuadro 3.4

FODA
FORTALEZAS Buen servicio Rápido Productos nuevos Administración con experiencia Potencial para generar utilidad
OPORTUNIDADES Mercado no saturado Localización estratégica
DEBILIDADES Rotación de mano de obra calificada Altos Costos fijos de operación Negocio complejo Falta de manuales de procedimientos
AMENAZAS Restaurantes similares Franquicias Inseguridad en el país Factores económicos externos e internos

Fuente elaboración propia

CAPITULO 4. ESTUDIO TECNICO

4.1 Tamaño

4.1.1 Capacidad del proyecto

El proyecto tendrá la capacidad de producir 400 combos completos de comida rápida mexicana, siendo cada uno de ellos de la siguiente manera:

- a) 3 tacos, frijoles charros y un refresco.
- b) 1 quesadilla gigante de carne, frijoles charros y un refresco.

En cuanto a los márgenes de capacidad utilizada, será a un 80% de producción óptima y un 20% de capacidad ociosa en un principio, esto es por motivo de acoplamiento de equipo y el recurso humano.

El área física tiene 50 metros cuadrados aproximadamente.

4.1.2 Factores condicionantes del tamaño, dimensión del mercado, capacidad financiera, disponibilidad de insumos materiales y humanos, limitaciones del transporte, instituciones de transporte, institucionales y capacidad administrativa.

Las dimensiones del tamaño del establecimiento cuentan con la capacidad de atender a la demanda proyectada de clientes de manera eficiente.

Este establecimiento ofrecerá los servicios que el mercado requiere con una capacidad financiera compuesta de capital propio y aporte de socios capitalista. Los insumos son de fácil adquisición a través de negociaciones con los proveedores. El personal a contratar recibirá capacitación adecuada para el buen funcionamiento en su puesto de trabajo. No existen limitaciones de transporte por falta de infraestructura adecuada en la urbanización y establecimiento del lugar, sin embargo, factores externos como alza en los combustibles pueden ocasionar eventualmente algún problema con la circulación de los vehículos o el alza en las materias primas. El proyecto cuenta con la debida capacidad administrativa basada en la experiencia en el manejo de este tipo de negocio.

4.1.3 Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización

Se realizó un estudio de mercado en relación a la cantidad de personas que podrían ser clientes potenciales, tomando en cuenta la ubicación del local y las veces que se frecuentaba el centro comercial, de la misma manera la frecuencia con la que se

consumía la comida mexicana en el lugar, el sitio donde el proyecto estará ubicado esta puesto a disposición por la administración del centro comercial los próceres, ellos nos brindaron toda la información requerida, de tal manera que se pudo verificar que el lugar cumpliera con las necesidades que proyecto presenta.

4.2 Localización

4.2.1 Macro-localización

El restaurante se ubicara en la ciudad de Guatemala.

4.2.2 Micro-localización

Estará ubicado exactamente en el centro comercial los próceres, tercer nivel área de restaurantes zona 10.

Para tomar esta decisión se tomó en cuenta la localización de las materias primas, disponibilidad de mano de obra, locales disponibles, facilidades de transporte, seguridad, localización del mercado y su magnitud, facilidades de distribución, disponibilidad de energía eléctrica, disponibilidad de agua, condiciones de vida y estructura.

4.2.3 Integración en el medio, condiciones naturales, geográficas y físicas, economías externas que influyen en el proyecto, condiciones institucionales.

La ciudad capital forma parte de la república de Guatemala, y está ubicado en el centro del país, su clima es variado registrando temperaturas niveladas tanto por la mañana como por la noche, podemos decir que se cuenta uno de los climas más adecuados para este tipo de negocio.

En la ciudad capital se cuenta con buena infraestructura, carreteras, caminos y transportes para la movilización de materias primas, materiales e insumos con los cuales se llevara a cabo nuestro proceso de producción.

Los centros comerciales con los que se cuenta tiene fluidez y solvencia, los clientes los visitan debido a los supermercados y otras tiendas que los principales atractivos de los clientes potenciales.

4.2.4 Localización con relación al medio geográfico

El local se localiza en el tercer nivel del centro comercial los próceres zona 10, contará con un espacio de 50 metros cuadrados construidos, adaptado precisamente para este tipo de restaurantes, se cuenta con un área de carga y descarga en los sótanos, un elevador para carga, un punto muy importante es el área de parqueos para clientes, dichos parqueos son suficientes para cubrir las necesidades.

4.2.5 Con relación a las características geográficas del terreno, del proceso productivo y del programa de expansión

Las características geográficas del terreno están directamente relacionadas con cubrir las necesidades del proceso productivo y eventualmente el programa de expansión, el

cual a mediano plazo será el dar el servicio a domicilio dentro de las opciones del menú.

4.2.6 Distancias y costos de transporte de los insumos y los productos

La zona 10 es de fácil acceso para los proveedores y un punto estratégico en la ciudad, por lo cual se considera que posee una buena infraestructura para iniciar operaciones, además el comercial cuenta con un amplio parqueo.

4.2.7 Justificación en relación con el tamaño y el proceso.

Una de las principales razones por las que se escoge el centro comercial en la zona 10 para el inicio de operaciones del restaurante es el tema de seguridad. Actualmente el gobierno central a través de la Policía Nacional y la Municipalidad de Guatemala con sus agentes de E metra ofrecen vigilancia permanente en el área, por otro lado el centro comercial cuenta con seguridad privada para que sus visitantes se sientan tranquilos.

Con relación al tamaño del lugar y los procesos a realizarse, estos están equilibrados, debido a que las áreas definidas para los procesos brindan el espacio necesario para la transformación de la materia prima y un servicio de calidad.

4.3 Proceso principal del proyecto

4.3.1 Descripción del proceso

El proceso de transformación se inicia con la recepción de materia prima y abarrotes, luego se procede a almacenarlo, en cámaras frías congeladores y estanterías. Se inicia el proceso para la elaboración de recetas las cuales son supervisadas por el cocinero terminando aquí el proceso de cocina. Luego inicia el proceso de servicio al cliente, cuando se recibe la orden del menú, esta orden se traslada a cocina para ser preparada y posteriormente entregada en mostrador al cliente, cuando el cliente recibe su menú completo solo se sella el ticket el cual demuestra que pago su menú.

PROCESO PARA DESPACHO DE MENÚ

Se cobra el combo de
elección en caja

Se envía la comanda a cocina

Cocina prepara el tipo de menú solicitado

Cocina lo sirve en su bandeja

Se entrega en el mostrador de pedidos

La persona encargada de despacho lo
recibe

Entrega en mostrador al
cliente

Se entrega el producto
terminado

Para el menú de quesadillas primero se prepara la masa, se estira la tortilla, se rellena con los ingredientes y se coloca en la plancha para freírla, se retira y se sirve con sus complementos.

Para el menú de tacos primero se calientan las tortillas, se rellena con los ingredientes y se sirve, para que el cliente le acomode las salsas de su predilección.

4.3.2 Insumos principales, secundarios y alternativos

INSUMOS DE QUESADILLAS

- 1 Harina
- 2 Maseca
- 3 Carne
- 4 Cebolla
- 5 Cilantro

INSUMOS PARA TACOS

- 1 Tortillas
- 2 Carnes
- 3 Cebolla
- 4 Cilantro
- 5 Salsas

INSUMOS PARA BEBIDAS

- 1 Frutas
- 2 Aguas Gaseosas

3 Hielo

INSUMOS GENERALES

1 Desechables

2 Servilletas

3 Aceite

4 Accesorios para cocina

5 Limpiadores

4.3.3 Residuos generados en el proceso

No existen residuos que pudieran utilizarse para algún otro objetivo, por tal motivo los residuos o desperdicios será desechados por medio de los servicios que el centro comercial presta para el mantenimiento.

4.3.4 Identificación y descripción de las etapas del proceso

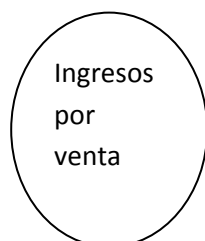
Etapa 1 Registro de ingresos por facturación

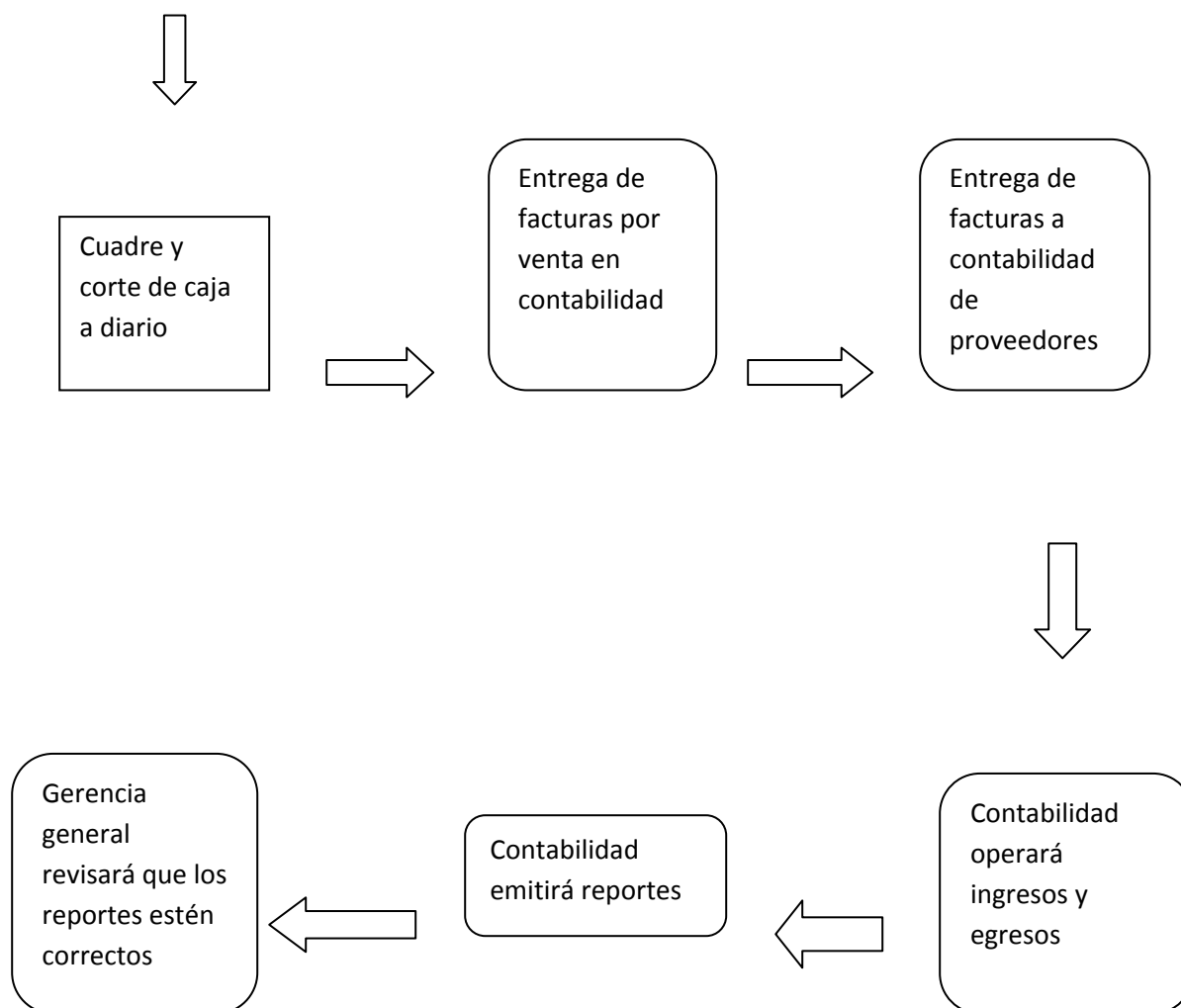
Etapa 2 Cuadre en caja

Etapa 3 Entrega de documentación a contabilidad

Etapa 4 Emisión de reportes para controles

4.3.5 Flujo grama de proceso total de cuadro





Los ingresos serán depositados en banco diariamente para evitar manejar efectivo en las cajas, esto para tener un mejor control.

4.3.6 Descripción de las instalaciones, equipos y personal

En el área de despacho

- 1 Una computadora para la caja
- 2 Una impresora
- 3 Una calculadora

En el área de cocina

- 1 Una estufa industrial
- 2 Una máquina diseñada para estirar las quesadillas
- 3 Un congelador industrial
- 4 Una cámara enfriadora industrial
- 5 Una cafetera industrial
- 6 Máquina de exhibición para carne al pastor (especial)
- 7 Una plancha para freír industrial, con marcajes de temperaturas
- 8 2 tambos de gas industriales

En área de baño contara con todos sus accesorios, incluso los de limpieza.

4.3.7 Capacidad ociosa

La capacidad ociosa del proyecto es de un 60%, debido a que se estima vender 160 menús por día y tenemos capacidad para 400.

4.3.8 Expansión por cambios tecnológicos

La expansión que de hecho ya se tiene contemplada no corresponde necesariamente a espacio ni tecnología, se enfoca más que todo a otros comerciales de la ciudad de Guatemala, más bien se implementarán menús nuevos.

En el futuro pueden existir algún equipo novedoso como hornos, estufas más sofisticadas o máquinas que pudieran aumentar la producción de las tortillas, incluso alguno de este equipo que cumpliera con un producto terminado, como por ejemplo que saque los tacos o quesadillas listas para servirlos.

4.4 Obras físicas

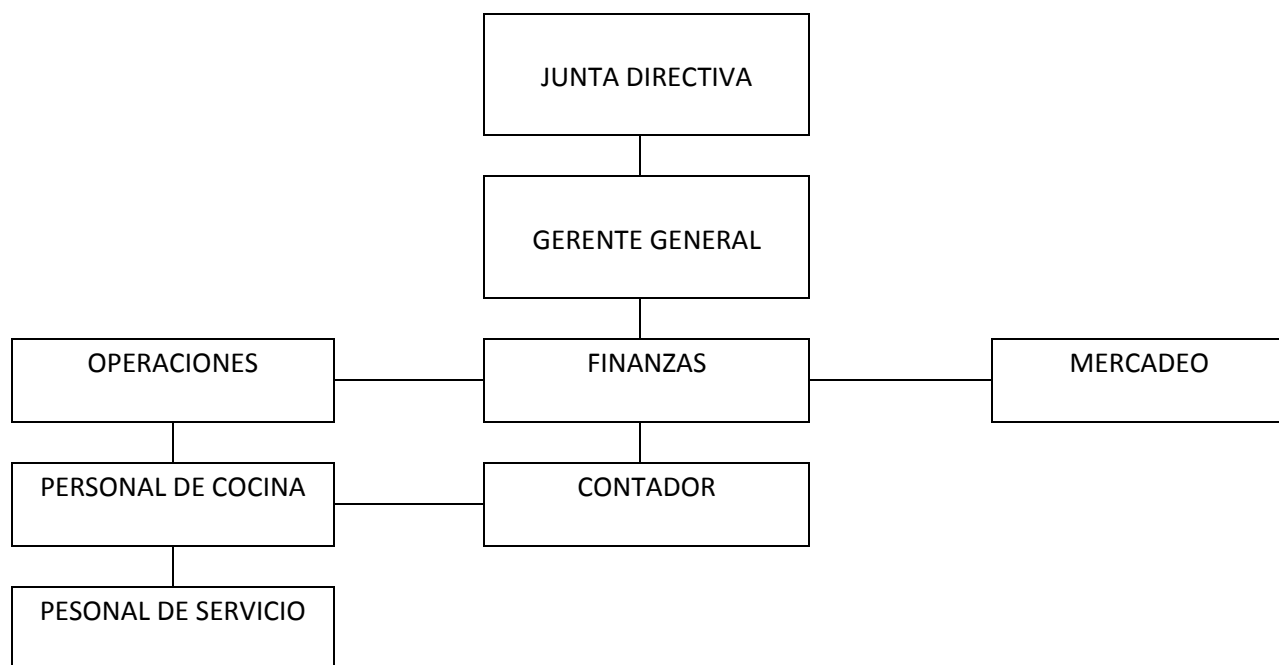
4.4.1 Inventario y especificaciones de las obras

Las obras físicas que se efectuaran serán de remodelación del local en sus diferentes áreas en un proceso que irá desde la elaboración de los planos hasta la instalación y prueba de funcionamiento de todas las maquinas, equipo y mobiliario.

4.4.2 Dimensiones de las obras, exigencias de terrenos, dimensiones de materiales y físicas

Las obras que se realizarán serán únicamente de remodelación para adecuar las instalaciones a las necesidades de producción en cocina y atención al cliente en el área de servicio, ya que los locales por lo regular presentan cierta estructura ya adecuada al funcionamiento de un restaurante.

4.5 Organización



4.6 Calendario

/d.	Nombre de tarea	Comienzo	Fin	Duración	ene 2009			feb 2009				mar 2009				abr 2009				
					11/1	18/1	25/1	1/2	8/2	15/2	22/2	1/3	8/3	15/3	22/3	29/3	5/4	12/4	19/4	
1	Fase de preinversión	09/01/2009	06/02/2009	4.2s	[Barra azul que cubre los días 11/1, 18/1, 25/1, 1/2, 8/2, 15/2, 22/2]															
2	Negociación del proyecto	02/02/2009	13/02/2009	2s	[Barra azul que cubre los días 1/2, 8/2]															
3	Ejecución del proyecto	20/02/2009	30/03/2009	5.4s	[Barra azul que cubre los días 22/2, 1/3, 8/3, 15/3, 22/3]															
4	Operación del proyecto	15/04/2009	30/04/2009	2.4s	[Barra azul que cubre los días 29/3, 5/4, 12/4, 19/4]															
5																				

En la fase de pre-inversión se revisan los estudios de factibilidad, contactos finales con proveedores, diseño definitivo y detalles, también se revisan los planos generales del restaurante, la distribución del equipo en las diferentes áreas, se confirman las medidas del equipo industrial y las conexiones necesarias para su funcionamiento, luego se contacta los proveedores para confirmar las órdenes de compra del equipo industrial y utensilios para la operación.

En la etapa de negociación, financiamiento obtención de autorizaciones legales, contratación de firmas ejecutoras, en este punto se tramitará ante una entidad financiera la solicitud del socio accionista para cubrir la inversión del proyecto. Se terminara el trámite de inscripción de la empresa y se suscribirán los contratos con la empresa de remodelación que efectuó los trabajos de la obra física.

En la fase ejecutora el arquitecto tendrá a su cargo el proyecto, con la supervisión Juan Carlos Pérez, esto con el fin de que todo se realice de acuerdo a lo pactado.

En la operación directa del proyecto se estará observando el funcionamiento y cumplimiento de lo establecido durante un mes para implementar lo que sea necesario y verificar que los procedimientos de realicen al pie de la letra, el proyecto deberá estar funcionando al 100% a finales del mes de abril.

4.6 Resumen del estudio técnico

El proyecto se puede describir en su inicio como en restaurante de comida rápida mexicana de regular tamaño, con capacidad de producir 400 combos completos para ser vendidos a diario.

En su comienzo tendrá una capacidad óptima de un 80% de producción y un 20% de capacidad ociosa.

Su estructura en lo que respecta a recurso humano será del personal en las siguientes designaciones: cajero(a) cocineras, una persona en el despacho de mostrador y un comodín.

El proyecto estará ubicado en el tercer nivel en el área de restaurantes del gran centro comercial los próceres de la zona 10, el restaurante tendrá la capacidad de atender a 400 plazas diarias, 12,000 al mes y 144,000 personal al año.

Debido a que en promedio se ocupa 1.5 minutos de preparación por menú, y que se tendrá todo preparado de antemano.

Se considero ocupar tres cocineras en horario de 12:00PM a 14:30 hrs y de 18:00 a 20:00 hrs. Se estima que el 70% de los menús se venden en el almuerzo y el 30% en la cena.

El diseño y distribución del proyecto, será realizado por un profesional, para aprovechar al máximo los recursos que se asignaron al proyecto, con esto se estarían cumpliendo las proyecciones establecidas, para funcionar en una forma optima de acuerdo con el tamaño que este representa.

CAPITULO 5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

5.1 Estructura administrativo-legal

Este proyecto contará con una junta directiva conformada por los socios, los cuales se reunirán una vez al mes con el gerente general del restaurante para conocer las necesidades de la empresa y los avances obtenidos.

El gerente general del restaurante será quien vele por el buen funcionamiento del negocio, además deberá dirigir a los empleados en sus labores, ejecutar los planes de acuerdo a los objetivos de la empresa y supervisar las labores ejecutadas, a si mismo será el encargado del cobro del servicio brindado.

La junta directiva es la responsable de la supervisión general de la empresa, quienes también deberán participar en la elaboración de los objetivos y metas de la organización así como en la supervisión de todas las actividades y procesos de la misma.

5.2 Marco legal del proyecto

El marco legal de la empresa será una sociedad anónima en el que el capital social se encuentra dividido en acciones que pueden ser cedidas libremente y en la que los socios responden directamente únicamente frente a las deudas sociales, proporcional al monto de su participación accionaria. Las acciones estarán totalmente suscritas y desembolsadas como mínimo de un 25% de su importe. La acción representa la propiedad de una parte del capital social y el titular es un socio con los derechos que le correspondan. La constitución de la empresa será de sociedad anónima, ya que este tipo de organización es el más conveniente para cada uno de los socios, debido a que los socios son responsables sólo por el monto de sus acciones ante sus acreedores en caso de liquidación o disolución del negocio.

Permisos legales necesarios para el establecimiento de un restaurante:

- Constitución de sociedad anónima
- Inscripción definitiva en el registro mercantil
- Registro de marca, registro de propiedad intelectual
- Patentes de comercio y sociedad
- RTU- registro tributario unitario SAT
- Calcomanías de autorización de libros contables SAT
- Autorización de facturas SAT
- Autorización de operación de POS SAT

- Elaboración de contratos de trabajo
- Permiso para laborar fines de semana y días festivos, Ministerio de Trabajo.
- Elaboración y autorización Reglamento Interno de Trabajo
- Inscripción de empleados en el IGSS
- Licencia Sanitaria, Ministerio de Salud
- Licencia de Cantina, Ministerio de Salud
- Adquisición de Libro de la Diaco, Ministerio de Economía

5.3 Estructura administrativa

El gerente general será el encargado de velar por la administración eficiente del restaurante.

El jefe de cocina tendrá a su cargo a cocineros, preparadores, personal de lavado para llevar a cabo los procesos propios del área.

La cajera se encargara de cobrar y archivar toda la documentación que se utilice en el negocio, posteriormente se la entregará al contador.

El contador contabilizará todos los documentos y realizará todos los reportes necesarios para el análisis contable de la empresa.

5.4 Descripción y perfil de puestos

CARGO:	Gerente General
NIVEL ACADEMICO:	Licenciado en administración de empresas
SALARIO:	10000.00
PERFIL:	Experiencia en administración, acostumbrado a tomar decisiones y don de mando.
ATRIBUCIONES:	Toma de decisiones relevantes Establecer controles administrativos y operativos Atención a clientes Velar por el crecimiento de la empresa Análisis de situaciones administrativas Responsable de los resultados de la empresa Representante legal

CARGO:	Cajero 1
NIVEL ACADEMICO:	Graduado a nivel medio, especializado en computación
SALARIO:	4000.00
PERFIL:	Orientado a contabilidad Orientado a servicio al cliente
ATRIBUCIONES:	Cobro a clientes Ayudar al despacho si fuese necesario Controles sobre facturas Supervisión del restaurant

CARGO:	Cajero 2
NIVEL ACADEMICO:	Graduado a nivel medio, especializado en computación
SALARIO:	4000.00
PERFIL:	Orientado a contabilidad Orientado a servicio al cliente
ATRIBUCIONES:	Cobro a clientes Ayudar al despacho si fuese necesario Controles sobre facturas Supervisión del restaurant

CARGO:	Despachador
---------------	-------------

NIVEL ACADEMICO:	Graduado a nivel medio
SALARIO:	2500.00
PERFIL:	Habilidad en ventas Orientación en servicio al cliente
ATRIBUCIONES:	Despachar menús terminados Limpieza de mostrador Supervisión de pedidos

CARGO:	Cocinera 1
---------------	------------

NIVEL ACADEMICO:	Tercero básico
SALARIO:	2500.00
PERFIL:	Experiencia en servicio Buenos hábitos de higiene
ATRIBUCIONES:	Preparación de combos Limpieza de área operativa Responsable de control de inventarios Cumplimiento de horarios

CARGO:	Cocinera 2
NIVEL ACADEMICO:	Tercero básico
SALARIO:	2500.00
PERFIL:	Experiencia en servicio Buenos hábitos de higiene
ATRIBUCIONES:	Preparación de combos Limpieza de área operativa Responsable de control de inventarios Cumplimiento de horarios

CARGO:	Cocinera 3
---------------	------------

NIVEL ACADEMICO:	Tercero básico
SALARIO:	2500.00
PERFIL:	Experiencia en servicio Buenos hábitos de higiene
ATRIBUCIONES:	Preparación de combos Limpieza de área operativa Responsable de control de inventarios Cumplimiento de horarios

CARGO:	Comodín
NIVEL ACADEMICO:	Graduado a nivel medio
SALARIO:	2000.00
PERFIL:	Orientación al servició
ATRIBUCIONES:	Cubrir turnos del personal faltante

CARGO:	Contador
---------------	----------

NIVEL ACADEMICO:	Perito contador
SALARIO:	4000.00
PERFIL:	3 años de experiencia como contador general Conocimiento de leyes fiscales Acostumbrado a trabajar a presión Conocimiento de programas contables
ATRIBUCIONES:	Controles bancarios Cuadre de caja Emisión de reportes contables Estados financieros

5.5 Resumen

Se requiere cumplir con una serie de pasos dentro del marco legal para establecer una empresa con la acreditación necesaria ante las diferentes instancias públicas y así cumplir con lo establecido con la ley.

Este marco proporciona certeza jurídica de las operaciones de la empresa y el respaldo necesario para hacer negocios con libertad.

Asimismo, dentro de la organización se deben establecer líneas bien definidas de autoridad y delación de funciones para lograr formar equipos de trabajo que busquen el cumplimiento de los objetivos del negocio.

CAPITULO 6 ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL

6.1 Descripción del entorno biótico y abiótico

El estilo de vida en la actualidad, marcado por un ritmo acelerado junto con unas pautas de consumo cada vez más elevadas, no hace sino aumentar las consecuencias

negativas que se desprenden de un sistema en el que lo que importa es consumir más y más.

No es necesario ser un erudito en la materia para entender que detrás de cada proceso de fabricación de un determinado elemento, existe una variedad de agentes externos negativos que impactan a diferentes niveles del medio ambiente.

El modelo de consumo actual intenta incrementar sus beneficios, cada vez son más los productos que pasan a ser inútiles en periodos muy cortos de tiempo, creándose así la llamada sociedad de usar y tirar esta sociedad se impone sobre nuestra capacidad de recuperación de los materiales

En este proyecto se tiene como principal agente de contaminación los empaques desechables que al no tener una separación selectiva, que llegue a formar parte de un proceso de reciclado es difícil que no lleguen a contaminar, por otro lado el humo que se emana al cocinar contamina el aire del lugar y de las personas que laboran en el proyecto.

6.2 Identificación de desechos y residuos (industria y alimentos)

En el proyecto se han detectado dos tipos de desechos, los cuales merecen cierta atención en la forma que se deberán procesar, estos son los empaques desechables tales como: vasos plásticos, recipientes, cubiertos plásticos y embases de salsas, por otro lado el humo se emitirá en la cocina, se entiende que todos estos materiales intervienen y hay que mover en el ciclo vital de un producto y quedan como residuos en escombreras y vertederos, por tanto se reflejan los flujos ocultos de recursos necesarios para fabricar un producto pero que no forman parte del mismo sino que son valorados.

6.3 Identificación de impactos

Si no existe un control y reciclaje en los empaques desechables, esto podría repercutir en enfermedades y propagación de plagas, tales como cucarachas y ratas, de la misma manera contaminar el aire con malos olores, mientras que el humo que la cocina emite puede producir enfermedades respiratorias y contribuir al daño en la capa de ozono.

6.4 Definición de medidas de mitigación

El proyecto brindará capacitación a sus empleados para el manejo de los programas que se establecerán para la reducción de contaminación del proyecto tales como reciclaje de desechos.

6.5 Plan de manejo ambiental del proyecto

En lo que respecta a los desechos por materiales desechables el proyecto contará con recipientes clasificados para poder reciclar, posterior mente serán extraídos por parte de los servicios de extracción de basura que ofrece el centro comercial para llevarlos a su destino final, en cuanto al humo de la cocina se instalarón extractores de olores y humo los cuales descomponen la densidad del mismo, funcionando como una especie de filtro.

De tal manera que los dos problemas que afectan el proyecto quedarán solventados por medio de este proceso.

6.6 Plan de higiene y seguridad industrial

Dentro de los planes para higiene el proyecto contará con recipientes adecuados para la basura, todos con sus respectivas bolsas y tapaderas, por otro lado escobas, trapeadores, limpiadores, desinfectantes y un sistema de aromatización automático, se rotará el personal por medio de horarios cada 2 horas para la realización de limpieza general.

Para la parte de seguridad industrial, todos los equipos que utilicen gases de riesgo tendrán controles y accesorios de máxima seguridad para el control de fugas, se contara con un extinguidor, todo el personal tendrá su equipo de protección personal, como guantes para altas temperaturas y gabachas especiales para disminuir el riesgo de quemarse, adicionalmente a esto el centro comercial cuenta con una alarma para incendios.

6.7 Resumen

Como parte de la sociedad y como consumidores se debe ser consciente de la repercusión que tiene el comportamiento y nuestro estilo de vida.

Actualmente y con una continua perspectiva de crecimiento en el futuro se están usando productos desechables, en su mayoría compuestos por plásticos y cartón.

Cada persona es responsable de sus propias pautas de consumo ya que el mejor residuo es el que no se produce. Por otra parte se tiene el derecho a exigir a los gobiernos unas políticas más claras y restrictivas en cuanto el uso, recogida y reciclaje de productos de usar y tirar por parte de comerciantes e industrias.

El proyecto tiene plena conciencia de todos estos planteamientos, por tal motivo se adquiere el compromiso de mitigar sus desechos y cumplir con la sociedad a la que se debe.

Capítulo 7

Estudio financiero

7. Estudio financiero

7.1 Análisis de costos

7.1.1 Costo de la inversión física

El costo de la inversión física está integrado por los gastos de remodelación del local y la inversión de compra de mobiliario y equipo para el establecimiento

por lo que asciende a Q. 540,909.75

Costo de la inversión física		Q540,909.75
Remodelación del local	Q116,650.00	
Mobiliario y equipo	Q424,259.75	

7.1.2 Costo de la operación

El costo total de la operación del proyecto se estima en Q. 207,147.79 monto que incluye mano de obra, compras de materia prima, servicios y Depreciaciones mensuales.

Costo total de la operación		Q207,084.79
Mano de obra mensual(ver anexo)	Q48,280.00	
Materia prima mensual	Q79,200.00	
Material de empaque	Q2,000.00	
Gas industrial	Q4,000.00	
Servicios mensuales(ver anexo)	Q28,338.12	
Depreciación Mensual mobiliario y Equipo	Q38,600.00	
Depreciación Equipo de computo	Q6,666.67	

Impuestos 31% sobre utilidad del ejercicio

7.1.3 Costos unitarios básicos y su estructura

Los costos unitarios básicos se obtienen por el costeo de las recetas que se elaboran, tomando en cuenta el precio de la materia prima más 12% de costos intangibles (proporción estimada de energía eléctrica, gas, mano de obra y merma) y un margen ideal de ganancia del 30% en Alimentos y hasta 50% o más en bebidas.

7.1.4 Clasificación de los rubros de costo en fijos y variables

En la tabla 7.3 podemos observar la clasificación de los rubros de costos mensuales

en fijos que suman Q. 121,884.79 y variables de Q.85,200.00

Costos fijos	Mensual	Anual
Depreciaciones	Q45,266.67	Q543,200.04
Alquileres	Q18,000.00	Q216,000.00
Energía eléctrica y mantenimiento	Q6,938.12	Q83,257.44
Agua	Q800.00	Q9,600.00
Sueldos y salarios	Q48,280.00	Q579,360.00
Telefono	Q2,600.00	Q31,200.00
Total	Q121,884.79	Q1,462,617.48

Costos Variables	Mensual	Anual
Materia prima	Q79,200.00	Q950,400.00
Material de empaque	Q2,000.00	Q24,000.00
Gas industrial	Q4,000.00	Q48,000.00
Total	Q85,200.00	Q1,022,400.00

7.2 Análisis de ingresos

La capacidad de despacho en el restaurante de comensales rápida mexicana en el centro comercial los próceres de Guatemala son 400 diarias, distribuidas en los turnos am y pm se calcula una ocupación promedio diaria del 40% equivalente a una afluencia de 160 clientes diarios y 4200 mensuales con un consumo promedio de Q.35.00 sin IVA lo que nos proporciona una venta mensual de Q. 170,333.33 ver tabla 7.2.1

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas proyectadas anuales	Q2,044,000	Q2,044,000	Q2,273,950	Q2,529,769	Q2,814,368	
Crecimiento		Q229,950	Q255,819	Q284,599	Q316,616	
Total proyectado	Q2,044,000	Q2,273,950	Q2,529,769	Q2,814,368	Q3,130,985	
Tasas						
Crecimiento 2.15%						
Inflación 9.10%						
Total 11.25%						

7.3 Recursos financieros para la inversión

7.3.1 Estados de resultados proyectados

En la tabla 7.3.1 se puede observar que para el primer año se proyecta una utilidad neta de Q. -529.00 con saldo negativo para los siguientes años de operación, lo cual indica que contablemente el proyecto no goza de buena capacidad financiera para cubrir todos sus costos y gastos operativos y generar utilidad para sus socios.

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	Q2,044,000	Q2,273,950	Q2,529,769	Q2,814,368	Q3,130,985	Q12,793,073
Costos	Q1,022,400	Q1,137,420	Q1,265,380	Q1,407,735	Q1,566,105	Q6,399,040
Utilidad bruta	Q1,021,600	Q1,136,530	Q1,264,390	Q1,406,633	Q1,564,880	Q6,394,033
Gastos de operacion						
Admon y ventas	Q919,417	Q965,388	Q1,013,657	Q1,064,340	Q1,117,557	Q5,080,359
Depreciaciones	Q543,200	Q543,200	Q543,200	Q543,200	Q543,200	Q2,716,000
Total gts. Operativos	Q1,462,617	Q1,508,588	Q1,556,857	Q1,607,540	Q1,660,757	Q7,796,359
UAll	-Q441,017	-Q372,058	-Q292,468	-Q200,907	-Q95,877	-Q1,402,327
Gastos financieros	Q84,000	Q72,932	Q59,539	Q43,334	Q23,726	Q283,531
UAll	-Q525,017	-Q444,990	-Q352,007	-Q244,241	-Q119,603	-Q1,685,857
ISR 31%	Q4,883	Q4,138	Q3,274	Q2,271	Q1,112	Q15,678
UDI	-Q529,900	-Q449,128	-Q355,280	-Q246,512	-Q120,716	-Q1,701,536

7.3.2 Capital disponible a corto, mediano y largo plazo

Para cubrir las necesidades de capital acorde a los resultados se necesita:

NECESIDADES DE CAPITAL	
A CORTO PLAZO	
Inversión	Q.580,000.00
Capital de trabajo	Q.170,000.00

7.3.3 Calendario de las inversiones

En la estimación de las inversiones se contempla los gastos en que se incurren para constituir la empresa y el monto que se entrega por concepto de alquiler del local tal y como lo muestra la tabla 7.3.3.1

Actividad	Sep	Oct	Nov	Dic	Total inversion
Constitucion empresa	Q25,000				Q25,000
Contrato alquiler	Q18,400				Q18,400
Diseño y elaboracion planos	Q12,000				Q12,000
Remodelacion area de cocina		Q16,200	Q5,400	Q5,400	Q27,000
Remodelacion area de servicio	Q30,380			Q13,020	Q43,400
Cocina		Q121,136	Q44,455	Q66,682	Q232,273
servicio		Q162,178		Q54,059	Q216,237
Publicidad				Q5,000	Q5,000
Totales	Q85,780	Q299,514	Q49,855	Q144,161	Q579,310

7.3.4 Las necesidades de capital de trabajo

Tal y como lo muestra la tabla 7.3.4.1 a continuación, el capital de trabajo determinado para el inicio de operaciones del proyecto de reubicación de México y más, el restaurant en el centro comercial los próceres es de alrededor de Q.170, 000.00 monto que cubre la operación inicial del negocio.

Tabla 7.3.4.1 Capital de trabajo	
I. INVERSION FISICA	
Tangible	
Mobiliario y equipo	Q458,509.79
Remodelacion	<u>Q82,400.00</u>
Total	Q540,909.79
Gastos de constitucion	
Tramites legales	Q33,400.00
Publicidad	<u>Q5,000.00</u>
Total	Q38,400.00
II. CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo	
Sueldos y salarios	Q31,681.12
Alquiler	Q18,000.00
Gas industrial	Q4,000.00
Imprevistos	Q20,000.00
Materia prima	<u>Q95,700.00</u>
Total	Q169,381.12
INVERSION TOTAL	<u><u>Q748,690.91</u></u>

7.3.5 Estructura y fuentes de financiamiento

La estructura del financiamiento está formada por una fuente interna, por una contribución de los socios y una fuente externa, por medio de un préstamo bancario en la siguiente proporción:

Aporte interno	43%	Q. 350,000.00
Aporte externo	57%	Q. 400,000.00

Total **Q. 750,000.00**

7.3.6 Programa de financiamiento, necesidades totales de capital para cubrir la inversión fija

	Inversiones del propietario	Préstamo	Total		
1. ACTIVOS FIJOS					
Mobiliario y equipo	Q229,209.79	Q235,300.00	Q464,509.79		
Remodelacion	Q82,400.00		Q82,400.00		
2. ACTIVOS DIFERIDOS					
Tramites legales	Q33,400.00		Q33,400.00		
Publicidad	Q5,000.00		Q5,000.00		
3. CAPITAL DE TRABAJO		Q169,381.12	Q169,381.12		
INVERSION TOTAL	Q350,009.79	Q404,681.12	Q754,690.91		

7.3.7 Cuadro de fuentes y uso de fondos

Los fondos de financiamiento se obtendrán de un préstamo bancario al 21% de interés anual a un plazo de 5 años tal y como se observa en tabla 7.3.7.1

Tabla 7.3.7.1				
Cuadro de fuentes y uso de fondos				
	Cuota nivelada	Interes 21%	Pago deuda	Saldo
0				Q400,000.00
1	Q136,706.13	Q84,000.00	Q52,706.13	Q347,293.87
2	Q136,706.13	Q72,931.71	Q63,774.42	Q283,519.45
3	Q136,706.13	Q59,539.08	Q77,167.05	Q206,352.40
4	Q136,706.13	Q43,334.00	Q93,372.13	Q112,980.27
5	Q136,706.13	Q23,725.86	Q112,980.27	Q0.00
		Q283,530.66	Q400,000.00	

7.3.8 Apalancamiento financiero, aportes en bienes intangibles al proyecto

Los aportes intangibles al proyecto lo constituyen la consultoría y experiencia del dueño en el manejo de restaurantes.

7.4 Punto de equilibrio

Debido a que la venta en el restaurante es una combinación de platos, el punto de equilibrio se calculo por la venta de ticket promedio de Q.35.00 sin IVA para determinar lo equivalente al número de clientes bajo la premisa de una ocupación del 40% de la capacidad instalada del establecimiento. De acuerdo a lo establecido en la tabla 7.4.1 el punto de equilibrio para el restaurante de este proyecto se alcanzo con la visita de 6965 combos mensuales que consuman un ticket promedio de Q.35.00 sin IVA.

Tabla 7.4.1	
Punto de equilibrio	
Venta promedio mensual	Q170,333.00
Visitas diarias al 40% de ocupacion	160
Visitas mensuales	4800
Costo variable	Q17.50
Costos fijos	Q121,885.00
	Pe= $\frac{Q121,885.00}{35-17.50}$ = 6965 combos
	6965 combos
Comprobación	
Vts netas(35x6965)	Q243,775.00
Costo variable (17.50x6965)	Q121,887.50
Costo fijo	Q121,887.50
Punto de equilibrio	Q0.00

7.5 Cuadro de fuentes y uso de fondos

Tabla 7.5.1 Cuadro de fuentes y uso de fondos					
Deglose de inversion Montos expresados en quetzales					
	Inversiones del propietario	Prestamo	Total		
1. ACTIVOS FIJOS					
Mobiliario y equipo	Q229,209.79	Q235,300.00	Q464,509.79		
Remodelacion	Q82,400.00		Q82,400.00		
2. ACTIVOS DIFERIDOS					
Tramites legales	Q33,400.00		Q33,400.00		
Publicidad	Q5,000.00		Q5,000.00		
3. CAPITAL DE TRABAJO		Q169,381.12	Q169,381.12		
INVERSION TOTAL	Q350,009.79	Q404,681.12	Q754,690.91		

Los fondos de financiamiento se obtendrán de un préstamo bancario al 21% de interés anual a un plazo de 5 años, sin embargo tal y como se observa en la tabla 7.5.1 la inversión del propietario estaría cubriendo el 48% del mobiliario y equipo, la totalidad de los trabajadores de remodelación, los trámites legales de constitución y la publicidad inicial. Con los fondos obtenidos del préstamo se cubrirá el 52% de la compra del mobiliario y equipo y el capital inicial de trabajo.

7.6 Estados financieros proyectados

7.6.1 análisis y proyecciones financieras

Los estados financieros proyectados de este proyecto muestran que con una operación adecuada y buena administración del negocio, los gastos fijos se cubren y al final del periodo se pueden obtener utilidades. Ver tabla 7.3.1

7.7 Evaluación económica

7.7.1 Valor actual neto

Para realizar el cálculo del valor actual neto de este proyecto, se elaboró el flujo neto de efectivo, tal y como se puede observar en la tabla 7.7.1.1

Tabla 7.7.1.1 Valor actual neto						
Flujo Neto de Efectivo						
RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
UDI	-Q529,899.66	-Q449,127.96	-Q355,280.36	-Q246,512.08	-Q120,715.70	
Ajustes x gts no desembolsable	Q543,200.00	Q543,200.00	Q543,200.00	Q543,200.00	Q543,200.00	
Amortización prestamos	Q52,706.13	Q63,774.42	Q77,167.05	Q93,372.13	Q112,980.27	
Flujo neto de efectivo	-Q39,405.79	Q30,297.62	Q110,752.59	Q203,315.79	Q309,504.03	

Utilidad Neta Promedio		
Año 1	-Q529,899.66	
Año 2	-Q449,127.96	
Año 3	-Q355,280.36	
Año 4	-Q246,512.08	
Año 5	-Q120,715.70	
	-Q1,701,535.77	-Q340,307.15

La perdida neta promedio que dio como resultado de la suma de utilidades anuales durante los próximos cinco años fue de -Q. 340,307.15

TREMA (Tas de retorno esperada)

TREMA

Tasa libre de riesgo 7%

Tasa de inflación	8.50%		
Costo de capital	8.00%		
Estimación de riesgo	7%		
	0.2975		29.75% TREMA

Valor actual neto

Cuadro 7.7.1.2 Estimación del valor actual neto

Año	Flujo neto efectivo	Factor de actualizaci 29.75%	FNEA	Factor de actualizacion FA 114.76%	FNEA
0	-Q750,000.00		-Q750,000.00		-Q750,000.00
1	-Q39,405.79	0.770712909	-Q30,370.55	0.884452486	-Q26,861.31
2	Q30,297.62	0.593998389	Q17,996.74	0.681658948	Q12,267.64
3	Q110,752.59	0.457802226	Q50,702.78	0.525363351	Q26,637.38
4	Q203,315.79	0.352834086	Q71,736.74	0.404904317	Q29,046.52
5	Q309,504.03	0.271933785	Q84,164.60	0.3120649.84	Q57,188.30
			-Q555,769.69		-Q651,721.47

TIR (-) -4%

Según los cálculos realizados, se estimo que los flujos netos de efectivo actualizados al año cero, proporcionan un VAN de -Q. 555769.69 negativo.

Una vez realizados los cálculos correspondientes para determinar la tasa interna de retorno (TIR) se obtuvo que el proyecto no logra cubrir el requerimiento del 29.75% pues solo brinda un -4% de las expectativas de los inversionistas, por lo que se recomienda no seguir con los trámites correspondientes para ejecutar dicho proyecto.

7.7.3 Relación beneficio costo

Año	Costos	Ingresos	FA1	Costo actual	Ingreso actual	B/C
0	Q750,000.00					
1	Q2,573,899.66	Q2,044,000.00	0.770712909	Q1,983,737.69	Q1,575,337.19	
2	Q2,723,077.96	Q2,273,950.00	0.593998389	Q1,617,503.92	Q1,350,722.64	
3	Q2,885,049.73	Q2,529,769.38	0.457802226	Q1,320,782.19	Q1,158,134.05	
4	Q3,060,880.51	Q2,814,368.43	0.352834086	Q1,079,982.98	Q993,005.11	
5	Q3,251,700.58	Q3,130,984.88	0.271933785	Q884,247.25	Q851,420.57	
				Q5,959,957.71	Q5,928,619.56	Q0.99

No se acepta el proyecto ya que la relación beneficio costo resulta menor que uno, debido a que los ingreso generados no alcanzan la cobertura de costos y gastos.

7.8 Sensibilidades

Debido a los resultados alcanzados no se realizo el análisis de sensibilidades.

7.9 Resumen

Los estados de resultados proyectados del restaurante de comida rápida mexicana México y más, el restaurant en el centro comercial los próceres en la zona 10, reflejan movimientos de ingresos y egresos, sin embargo no se generan utilidades desde el primer año de operaciones.

Se realizo una inversión inicial de Q.750, 000.00 sin embargo las pérdidas operativas alcanzan un promedio de Q.340,307.00 anual, la tasa interna de retorno (TIR) es de -4% no permite el retorno de la inversión en un tiempo razonable.

El VAN obtenido del análisis efectuado, es negativo, siendo este de -Q. 555,761.69 lo cual no cubre la TREMA de 29.75%.

El proyecto asimismo no logra cubrir el requerimiento de la tasa promedio de rentabilidad.

Con relación al beneficio costo del proyecto, este no se acepta como viable ya que la relación beneficio costo es de .99 centavos siendo menor que 1, y esto quiere decir que los ingresos generados no alcanzan la cobertura de los costos y gastos.

CAPITULO 8 CONCLUSIONES

1. La ubicación del proyecto se realizará en el centro comercial los próceres zona 10 de Guatemala, por medio de los resultados obtenidos en la investigación de mercado realizada y la encuesta tipo piloto que se llevó a cabo, que existe una demanda potencial para el proyecto.
2. El financiamiento se logró conseguir por medio de socios capitalistas y un préstamo bancario.
3. Se cumplió con la fase del proyecto, de analizar la reubicación en el centro comercial los próceres.
4. Según análisis del proyecto en el estudio financiero, indica que no es rentable y se puede apreciar al ver el flujo de efectivo neto que no se recuperará la inversión en un tiempo razonable, además la TIR (tasa de retorno de la inversión) su porcentaje es menor que el de la trema y la RBC(relación beneficio costo) es menor que un quetzal versus .99 centavos por quetzal, de tal forma se demuestra que el proyecto no logrará elevar su rentabilidad.

CAPITULO 9 RECOMENDACIONES

1. Es recomendable analizar y medir el funcionamiento del proyecto en centro comercial los próceres, con el fin de verificar si se puede incrementar las proyecciones establecidas, por tanto, es necesario continuar con los estudios del proyecto, ya que existen evidencias que no es viable aunque cuenta con un nicho potencial de mercado que promueva el consumo de la comida rápida mexicana.
2. El financiamiento que se logró por medio de los socios accionistas y bancarios, es suficiente para iniciar el proyecto, se recomienda que desde el inicio de la operación se establezcan los procedimientos acorde a altos estándares de calidad, servicio e higiene a si como sus manuales operativos y de organización que contengan las políticas del negocio.
3. Dependiendo de que se logre modificar las proyecciones, se puede analizar la posibilidad de la segunda fase, que consiste en iniciar otro restaurante, este podría ser en el centro comercial pradera zona 10 para continuar con la cadena.
4. Es recomendable ampliar el estudio de mercado, para cuando se decida iniciar el proyecto, ya que este se formo en relación a perfil, por tanto algunos de los del proyecto podrían variar, finalmente, también se sugiere considerar la realización de proyectos de inversión alternativos.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes consultadas:

- [1]: Del libro: Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición, de Kotler Philip, Prentice Hall, 2002, Pág. 73.
- [2]: Del libro: Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill-Interamericana, 2004, Pág. 188.
- Del libro: Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., 1999.
- Encuesta realizada por MARKETING para el estudio de Guatemala, S.A
- Estudio de Mercado realizado por comida mexicana para de Guatemala, S.A.
- Fröschl, Cornelia: Architektur für die schnelle Küche - Esskultur im Wandel, Verlagsanstalt Alexander Koch, Leinfelden-Echterdingen 2003
- Gestiopolis
<http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/36/pronveintas.htm>
- Hogan, David. Selling 'em by the Sack: White Castle and the Creation of American Food. New York: New York University Press, 1997.
- Kroc, Ray. Grinding It Out: The Making of McDonald's. Chicago: Contemporary Books, 1977.
- Levinstein, Harvey. Paradox of Plenty: a Social History of Eating in Modern America. Berkeley: University of California P, 2003. 228-229.

- Luxenberg, Stan. Roadside Empires: How the Chains Franchised America. New York: Viking, 1985.
- Real Academia Española (<http://www.rae.es/>)
- Wikipedia (<http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>)

ANEXOS

GLOSARIO

Quesadilla : Plato típico mexicano elaborado a base de tortillas.

Tacos : Tortilla doblada con varios ingredientes.

Combos : Combinación de alimentos.

Justificación: Es la razón de tu trabajo donde expresa el por
Que de tu estudio.

I.N.E : Instituto nacional de estadísticas.

Tipología : Tipo modelo.

Segmento : Una parte de un todo.

Lucro : Ganancia o provecho que se saca de algo.

Gastronomía : Relación entre cultura y alimentos.

Alimentaria : Pertenciente a relativo a la alimentación, propia alimentación.

Globalización: Tendencia de los mercados y de las empresas alcanzando una
Dimensión mundial.

Industria : Conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención
Transformación o transporte de uno o varios productos naturales.