



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de Proyecto de  
Emprendimiento previo a la obtención del Título de  
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “Creación de una sucursal de la empresa  
YUMMY FCh “Las papas de Luchito” a través de un  
proyecto de inversión en la ciudad de Ambato,  
provincia de Tungurahua en el período octubre 2022  
– febrero del 2023.**

**AUTOR: Luis Oswaldo Malliquinga Salazar**

**TUTOR: Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Junio 2023**



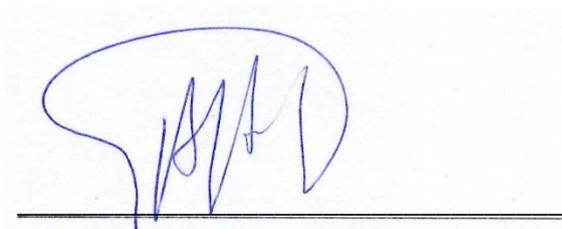
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“Creación de una sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” a través de un proyecto de inversión en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua en el periodo octubre 2022 – febrero del 2023”** presentado por el señor **Luis Oswaldo Malliquinga Salazar** para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 19 de junio del 2023

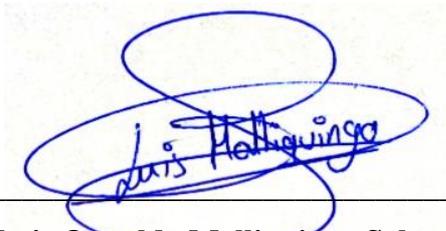
A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'S' followed by several vertical strokes and a final flourish, positioned above a horizontal line.

**Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.**

**C.I.1802490548**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Luis Oswaldo Malliquinga Salazar**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Luis Oswaldo Malliquinga Salazar**

**C.I. 0502965551**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



**Ing. Edwin Alberto Lara Flores, Mg.**

**C.I. 0200721553**



**Ing. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría, PhD.**

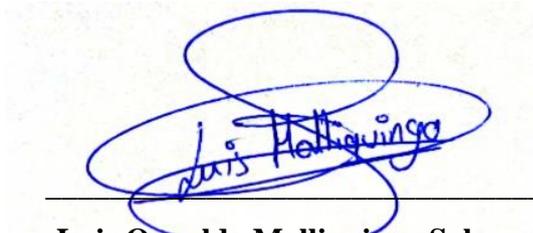
**C.I. 180264389-8**

Ambato, 19 de junio del 2023

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



**Luis Oswaldo Malliquinga Salazar**

**C.I. 0502965551**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto lo dedico a Dios por darme la vida y guiar mi camino, con mucho cariño a mi querida familia quienes con su amor, comprensión y apoyo incondicional avivaron en mí el entusiasmo de seguir adelante en busca de mis sueños, enfrentado a cada una de las situaciones adversas que se presentan en el camino, pero que fueron parte de las experiencias y del aprendizaje que conduce al éxito personal y profesional.

A mis docentes quienes con sus conocimientos formaron en mí una persona emprendedora y comprometida en compartir mis conocimientos para beneficio de toda la sociedad.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la vida y guiar mi camino luego a mi esposa por el apoyo incondicional para lograr el cumplimiento de mis metas, y desde luego a toda mi familia en especial a mi esposa Jimena Herrera y a mis hijos Cristhoper Malliquinga y Luchito Malliquinga por haber sido mi motor e impulso para seguir adelante enseñándome que nada es fácil en la vida, pero tampoco imposible de alcanzar.

A la Universidad Técnica de Ambato por abrirme sus puertas para continuar con mis estudios, a mis docentes quienes han contribuido a forjar mis nuevos conocimientos con sus sabias palabras y acertados consejos, en especial a mi tutor Ing. MBA Fernando Silva Ordoñez quien, con su predisposición y ayuda ha permitido que el desarrollo del proyecto de emprendimiento sea un éxito, de igual manera a mis compañeros y compañeras que me han permitido compartir experiencias inolvidables que llevaré en mi corazón.

Y a todas las personas que de una u otra manera formaron parte de mi trayectoria académica en busca de mi desarrollo profesional.

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE ECUACIONES.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xviii
ABSTRACT.....	xix
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>1</b>
1.1. Definición del problema de investigación.....	1
1.1.1. Árbol de problemas.....	2
1.2. Análisis de problemas.....	3
1.3. Análisis involucrados .....	4
1.4. Análisis de objetivos.....	5
1.5. Alternativas de solución .....	6
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>7</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....</b>	<b>7</b>
2.1. Nombre del emprendimiento.....	7
2.2. Localización geográfica.....	7
2.2.1. Localización geográfica de la empresa .....	7
2.3. Justificación.....	8
2.4. Objetivos.....	9
2.4.1. Objetivo General.....	9
2.4.2. Objetivos Específicos .....	9
2.5. Beneficiarios.....	10
2.6. Resultados a alcanzar .....	11

<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>12</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>12</b>
3.1. Descripción del producto, características y usos .....	12
3.2. Segmentación del mercado.....	14
3.3. Estudio de la demanda.....	30
3.3.1. Estudio de la demanda en personas .....	30
3.3.2. Estudio de la demanda en productos.....	31
3.4. Estudio de la oferta.....	33
3.4.1. Estudio de la oferta de personas .....	33
3.4.2. Oferta de productos.....	35
3.5. Mercado potencial para el proyecto .....	36
3.6. Precios .....	38
3.7. Canales de comercialización .....	39
3.8. Canales de distribución.....	41
3.9. Estrategias de comercialización .....	42
3.9.1. Análisis FODA .....	43
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>46</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>46</b>
4.1. Tamaño del emprendimiento .....	46
4.1.1. Factores determinantes del tamaño.....	46
4.1.2. Tamaño óptimo .....	47
4.2. Localización .....	48
4.2.1. Localización óptima.....	48
4.2.2. Macro localización.....	50
4.2.3. Micro localización .....	50
4.3. Ingeniería del proyecto .....	51
4.3.1. Balance de materiales .....	51
4.3.2. Proceso.....	54
4.3.3. Diagrama de Flujo .....	58
4.3.4. Distribución de planta.....	62
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>65</b>
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>65</b>
5.1. Aspectos generales .....	65

5.2. Diseño organizacional .....	66
5.2.1. Niveles jerárquicos .....	66
5.2.2. Misión .....	67
5.2.3. Visión.....	67
5.2.4. Valores .....	67
5.3. Estructura organizativa.....	70
5.4. Estructura funcional.....	71
5.5. Manual de funciones.....	72
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>74</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>74</b>
6.1. Ingresos brutos.....	74
6.2. Inversiones en activos fijos tangibles .....	75
6.2.1. Activos fijos.....	75
6.3. Inversiones en activos fijos intangibles .....	77
6.3.1. Activos diferidos.....	77
6.4. Inversión de activo circulante, pasivos circulante y capital de trabajo .....	78
6.4.1. Activo corriente .....	78
6.4.2. Pasivo corriente.....	85
6.4.3. Capital de trabajo.....	86
6.5. Resumen de inversiones .....	87
6.6. Financiamiento .....	87
6.7. Plan de inversiones .....	88
6.8. Presupuesto de costos y gastos .....	89
6.8.1. Situación financiera actual.....	94
6.8.2. Situación financiera proyectada.....	95
6.8.3. Presupuesto de ingresos .....	97
6.8.4. Estado de resultados proyectado.....	98
6.8.5. Flujo de caja.....	99
6.9. Punto de equilibrio .....	100
6.9.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias .....	101
6.9.2. Punto de equilibrio en unidades de producción .....	101
6.9.3. Punto de equilibrio graficado.....	102
6.10. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación del proyecto	102

6.10.1. Calculo Tmar1 sin financiamiento.....	104
6.10.2. Calculo Tmar2 sin financiamiento.....	104
6.10.3. Calculo Tmar1 global mixto.....	105
6.10.4. Calculo Tmar2 global mixto.....	105
6.11. Valor presente neto o valor neto actual (VAN).....	106
6.11.1. Calculo VAN1 .....	106
6.11.2. Calculo VAN2 .....	107
6.12. Indicadores financieros.....	107
6.12.1. Índice de solvencia.....	107
6.12.2. Índice de liquidez.....	108
6.12.4. Índice de apalancamiento.....	109
6.13. Tasa beneficio – costo .....	109
6.14. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	110
6.15. Tasa interna de retorno (TIR).....	111
6.16. Análisis de sensibilidad .....	112
6.16.3. Cuadro de sensibilidad.....	113
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>115</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>115</b>
7.1. Conclusiones.....	115
7.2. Recomendaciones .....	116
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>122</b>
6.16.1. Escenario optimista + 20% .....	132
6.16.2. Escenario pesimista – 20% .....	136

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de involucrados.....	4
Tabla 2 Beneficiarios .....	10
Tabla 3 Descripción del productos, características y usos. ....	12
Tabla 4 Segmentación de mercado .....	15
Tabla 5 Tasa de crecimiento poblacional 2010.....	16
Tabla 6 Pregunta 1 .....	18
Tabla 7 Pregunta 2 .....	18
Tabla 8 Pregunta 3 .....	19
Tabla 9 Pregunta 4 .....	20
Tabla 10 Pregunta 5 .....	21
Tabla 11 Pregunta 6 .....	22
Tabla 12 Pregunta 7 .....	23
Tabla 13 Pregunta 8 .....	24
Tabla 14 Pregunta 9 .....	24
Tabla 15 Pregunta 10 .....	25
Tabla 16 Pregunta 11 .....	26
Tabla 17 Pregunta 12 .....	27
Tabla 18 Pregunta 13 .....	28
Tabla 19 Pregunta 14 .....	29
Tabla 20 Explicación de demanda en personas.....	30
Tabla 21 Calculo de la demanda en personas .....	31
Tabla 22 Calculo de la demanda en productos.....	32
Tabla 23 Proyección de la demanda en productos .....	32
Tabla 24 Explicación oferta en personas .....	33
Tabla 25 Proyección oferta en personas.....	34
Tabla 26 Calculo de la oferta en productos.....	35
Tabla 27 Proyección oferta en productos.....	35
Tabla 28 Calculo del DPI.....	37
Tabla 29 Calculo del precio .....	39
Tabla 30 Análisis FODA.....	43
Tabla 31 Matriz FODA estratégica .....	44

Tabla 32 Demanda potencial insatisfecha real.....	48
Tabla 33 Tabla de valoración de impacto .....	49
Tabla 34 Determinación de posibles lugares .....	49
Tabla 35 Materia prima.....	52
Tabla 36 Insumos .....	53
Tabla 37 Materiales indirectos .....	53
Tabla 38 Servicios básicos .....	54
Tabla 39 Proceso papipollo.....	54
Tabla 40 Proceso papi arroz con pollo.....	56
Tabla 41 Proceso papimote .....	57
Tabla 42 Simbología normativa ASME.....	59
Tabla 43 Diagrama de flujo - menú con pollo .....	59
Tabla 44 Equipos industriales .....	60
Tabla 45 Equipos.....	60
Tabla 46 Menaje.....	61
Tabla 47 Mano de obra directa.....	61
Tabla 48 Mano de obra indirecta .....	61
Tabla 49 Figuras de referencias del plano de distribución.....	62
Tabla 50 Distribución del espacio físico.....	64
Tabla 51 Niveles jerárquicos del proyecto.....	67
Tabla 52 Tabla de valoración de impacto .....	67
Tabla 53 Matriz axiológica .....	68
Tabla 54 Ingresos brutos .....	74
Tabla 55 Equipos industriales .....	75
Tabla 56 Equipos.....	75
Tabla 57 Menaje.....	76
Tabla 58 Vehículo .....	76
Tabla 59 Equipo de computo .....	76
Tabla 60 Total activos fijos.....	77
Tabla 61 Total activos diferidos.....	77
Tabla 62 Inventario .....	84
Tabla 63 Total activo corriente .....	85
Tabla 64 Financiamiento.....	87

Tabla 65 Comparativo de instituciones financieras .....	88
Tabla 66 Plan de inversión.....	89
Tabla 67 Materia prima.....	90
Tabla 68 Insumos.....	90
Tabla 69 Materiales indirectos .....	90
Tabla 70 Depreciación .....	91
Tabla 71 Amortización.....	91
Tabla 72 Mantenimiento .....	91
Tabla 73 Mano de obra directa.....	92
Tabla 74 Mano de obra indirecta .....	92
Tabla 75 Costo de producción.....	92
Tabla 76 Arriendo .....	93
Tabla 77 Servicios básicos.....	93
Tabla 78 Costo administrativo .....	93
Tabla 79 Costos financieros.....	94
Tabla 80 Costos totales .....	94
Tabla 81 Balance General .....	95
Tabla 82 Situación financiera proyectada.....	96
Tabla 83 Presupuesto de ingresos .....	97
Tabla 84 Estado de resultados proyectado.....	98
Tabla 85 Flujo de caja.....	99
Tabla 86 Costos fijos y variables .....	100
Tabla 87 Tmar1 global.....	105
Tabla 88 Tmar2 global.....	105
Tabla 89 Cuadro de sensibilidad.....	113

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Árbol de problemas.....	2
Figura 2	Árbol de objetivos.....	5
Figura 3	Localización geográfica.....	7
Figura 4	Pregunta 1 .....	18
Figura 5	Pregunta 2 .....	19
Figura 6	Pregunta 3 .....	19
Figura 7	Pregunta 4 .....	21
Figura 8	Pregunta 5 .....	22
Figura 9	Pregunta 6 .....	22
Figura 10	Pregunta 7 .....	23
Figura 11	Pregunta 8 .....	24
Figura 12	Pregunta 9 .....	25
Figura 13	Pregunta 10 .....	25
Figura 14	Pregunta 11 .....	26
Figura 15	Pregunta 12 .....	27
Figura 16	Pregunta 13 .....	28
Figura 17	Pregunta 14 .....	29
Figura 18	Demanda en personas .....	31
Figura 19	Proyección demanda en productos .....	32
Figura 20	Proyección oferta en personas .....	34
Figura 21	Oferta en productos.....	36
Figura 22	Demanda potencial insatisfecha .....	37
Figura 23	Precio .....	39
Figura 24	Productor - consumidor final .....	42
Figura 25	Demanda potencial insatisfecha real .....	48
Figura 26	Macro localización.....	50
Figura 27	Micro localización .....	51
Figura 28	Logotipo YUMMY FCh .....	65
Figura 29	Organigrama estructural de la empresa .....	70
Figura 30	Organigrama funcional de la empresa .....	71
Figura 33	Manual de funciones del cocinero .....	72

Figura 35 Manual de funciones de atención al cliente.....	73
Figura 36 Ingresos brutos.....	74
Figura 37 Punto de equilibrio.....	102

## ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Muestra.....	17
Ecuación 2 Lote económico.....	79
Ecuación 3 Cuentas por cobrar.....	84
Ecuación 4 Pasivo corriente.....	85
Ecuación 5 Capital de trabajo.....	86
Ecuación 6 Inversión inicial.....	87
Ecuación 7 Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	101
Ecuación 8 Punto de equilibrio en unidades de producción.....	101
Ecuación 9 Tmar1 sin financiamiento.....	104
Ecuación 10 Tmar2 sin financiamiento.....	104
Ecuación 11 VAN1.....	106
Ecuación 12 VAN2.....	107
Ecuación 13 Solvencia.....	108
Ecuación 14 Liquidez.....	108
Ecuación 15 Endeudamiento.....	108
Ecuación 16 Apalancamiento.....	109
Ecuación 17 Relación beneficio / costo.....	110
Ecuación 18 Periodo de recuperación de inversión.....	111
Ecuación 19 Tasa interna de retorno.....	112

## RESUMEN EJECUTIVO

YUMMY FCh “Las papas de Luchito”, fue fundada en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi el 17 de marzo del 2020 con inversión propia de la Familia Malliquinga Herrera; se adquiere conocimientos en cocción, funcionamiento de equipos industriales y administración, con un menú variado de comida rápida a precios bajos y exequibles.

La creación de una sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato se presenta como un emprendimiento dedicado a la elaboración de comida rápida, frituras, pollo, mote con chicharrón y arroz con materia prima de calidad, esto hará que el emprendimiento sea parte del mercado local y nacional.

Los resultados indican que, de acuerdo con los indicadores de evaluación económica (VAN de \$1,743,905.90; B/C de \$16.09; TIR de 69.28%; PR de 13 días con 15 horas y 36 minutos), son factibles las expectativas del plan de negocios propuesto y permite a la vez que se considere viable el proyecto de inversión y establecimiento de una sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato.

De esta manera la propuesta para el proyecto es implementar la sucursal y ofrecer tres líneas de productos como son papipollo, papimote, arroz con papas y pollo, estos productos serán promocionados mediante anuncios publicitarios en medios digitales como WhatsApp, Facebook, Marketplance y volantes, se tomara en cuenta un personal idóneo, liderado por el emprendedor; además, se capacitará a las personas que brindan su apoyo en las actividades que se desarrollan de elaboración y cocción, según la necesidad que se requiera para que se cumpla las funciones con la máxima eficiencia y eficacia.

**PALABRAS CLAVE:** EMPRENDIMIENTO, FASTFOOD, POLLO FRITO, SNACKS, COMIDA.

## ABSTRACT

YUMMY FCh "Las papas de Luchito", was founded in the city of Salcedo, province of Cotopaxi on March 17, 2020, with own investment from the Malliquinga Herrera Family; Knowledge is acquired in cooking, operation of industrial equipment and administration, with a varied menu of fast food at low and accessible prices.

The creation of a branch of the company YUMMY FCh "Las papas de Luchito" in the city of Ambato is presented as a venture dedicated to the production of fast food, fried foods, chicken, mote con chicharrón and rice with quality raw materials, this It will make the venture part of the local and national market.

The results indicate that, according to the economic evaluation indicators (VAN of \$1,743,905.90; B/C of \$16.09; TIR of 69.28%; PR of 13 days with 15 hours and 36 minutes), the expectations of the proposed business plan are feasible. and allows at the same time that the investment project and establishment of a branch of the company YUMMY FCh "Las papas de Luchito" in the city of Ambato be considered viable.

In this way, the project proposal is to implement the branch and offer three lines of products such as papipollo, papimote, rice with potatoes and chicken, these products will be promoted through advertisements in digital media such as WhatsApp, Facebook, Marketplace and flyers, keep in mind It has a suitable staff, led by the businessman; In addition, the people who provide their support in the preparation and cooking activities carried out will be trained, according to the need that is required so that the functions are fulfilled with the maximum efficiency and effectiveness.

**KEYWORDS:** ENTREPRENEURSHIP, FASTFOOD, FRIED CHICKEN, SNACKS, FOOD.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Definición del problema de investigación

Comida rápida, en inglés *fast-food*, se reconoce en castellano desde hace cuatro décadas. Fundamentalmente es un tipo de comida lista para ser consumida al momento de ser receptada; la infraestructura y el personal para su elaboración que se requieren son mínimos; su comercialización puede ser en espacio o áreas libres, locales y centros comerciales, su consumo es directamente con las manos o cubiertos, su presentación y emplatado es de manera caliente y su costo es económico (Villacis Ortiz, 2018).

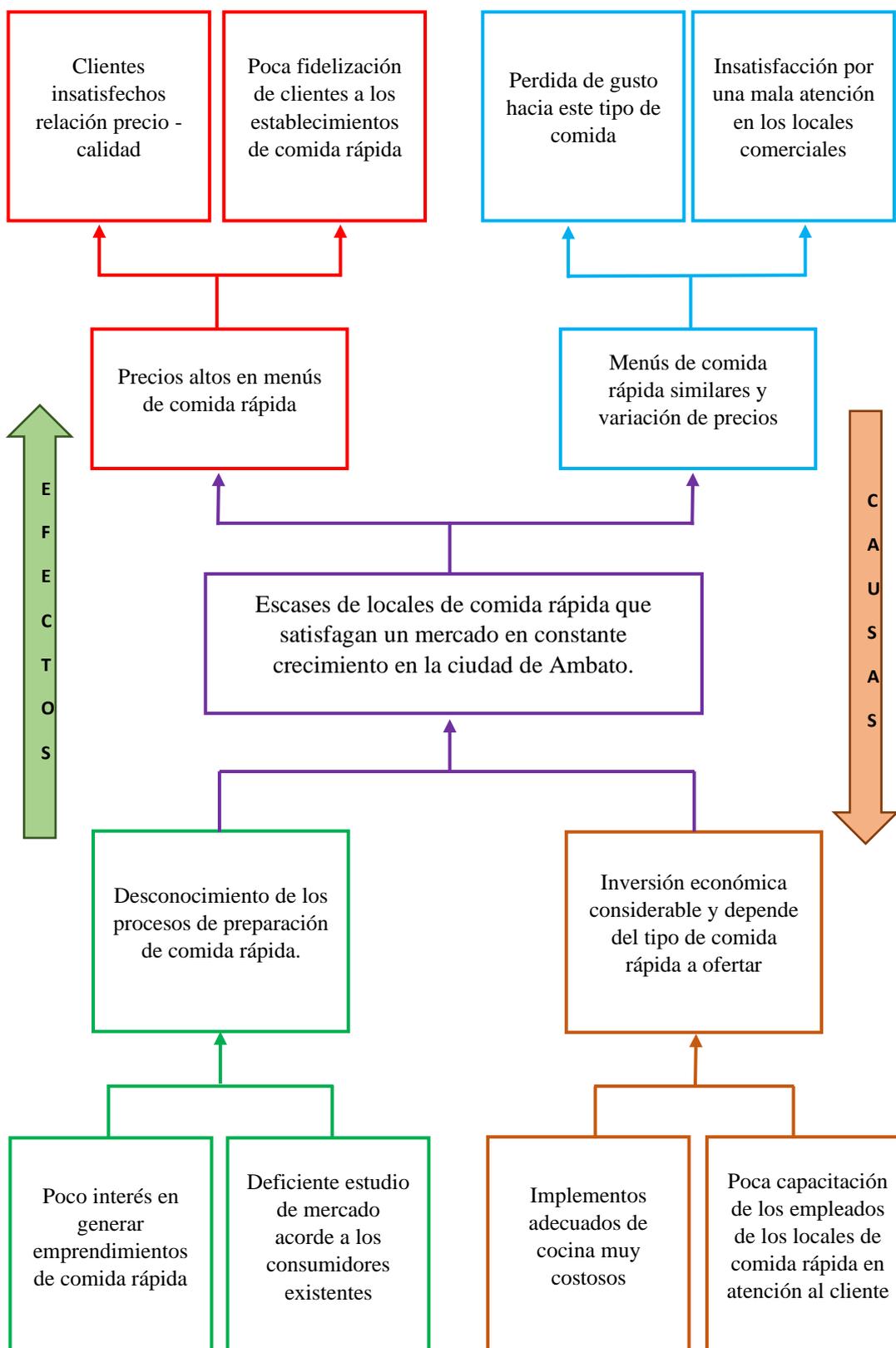
El mercado de comida rápida del Ecuador presenta una gran variedad de productos y servicios asequibles para el consumidor final, esto ha generado una gran iniciativa en los emprendedores que buscan implementar y presentar sus productos de manera más llamativa y variada a sus clientes, con precios que puedan competir en el sector.

En la provincia de Tungurahua, específicamente en la ciudad de Ambato existe un mercado amplio de comida rápida por satisfacer, esto ha generado oportunidades de emprendimientos que han sido aprovechados por personas de la ciudad y de esta manera emprender en este segmento de comida y atención al cliente.

De la misma manera permite que emprendedores ya establecidos con sus negocios o empresas (pequeñas – medianas – grandes) de otros lugares o provincias del Ecuador vean atractivo el potencial de la ciudad para establecer sucursales de tipo *fast-food* en busca de mejorar su mercado de clientes, obtener mejores ganancias y generar puestos de empleo, así como también aporte a los impuestos de la ciudad generados por los reglamentos de la ciudad para un correcto funcionamiento de la sucursal.

### 1.1.1. Árbol de problemas

Figura 1 Árbol de problemas



Nota: Malliquinga L. 2023, elaboración propia.

## **1.2.Análisis de problemas**

En la actualidad se presenta poco interés al momento de generar un emprendimiento de comida rápida, esto depende claramente por el desconocimiento de todos los procesos que se ven involucrados al momento de realizar la preparación de la comida rápida lo cual genera de cierta manera sobrepuestos en los menús y alimentos de baja calidad presentados al consumidor final y clientes insatisfechos.

Al momento de no existir un adecuado estudio de mercado el cual este enfocado en los consumidores, esto va a afectar directamente al producto final, ya que sumado el desconocimiento de los procesos el cliente va a verse afectado al consumir productos que resulten insatisfactorios tanto en precio como en calidad y van a dejar de ser fieles a los locales de comida rápida buscan otras opciones de alimentación a precios adecuados.

Para la implementación de un local comercial de comida rápida es necesario herramientas de cocina que sean de calidad y que puedan garantizar la preparación adecuada para que el resultado sea adecuado para el consumo humano, esto implica que la inversión económica inicial sea considerablemente alta, esto dificulta de cierta manera iniciar con el emprendimiento, esto genera variación en los precios de los menús que se va a ofertar ya que como emprendedor busca recuperar la inversión en un tiempo corto, esto da como resultado que los clientes se sientan insatisfechos con los productos que consumen a costos que no son acorde a los de la competencia.

En lo que comprende la inversión para iniciar con el emprendimiento también se debe tomar en cuenta los costos que implican la capacitación del personal en todos los aspectos laborables que conlleva este tipo de emprendimiento, estos pueden ser, atención al cliente, cocina, ayudante de cocina, mantenimiento, etc.; esto se ve reflejado al momento de atender a los clientes en el establecimiento ya que de ser mal atendidos se van a sentir insatisfechos, no les va a llamar la atención el local y de hecho no van a regresar a consumir.

### 1.3. Análisis involucrados

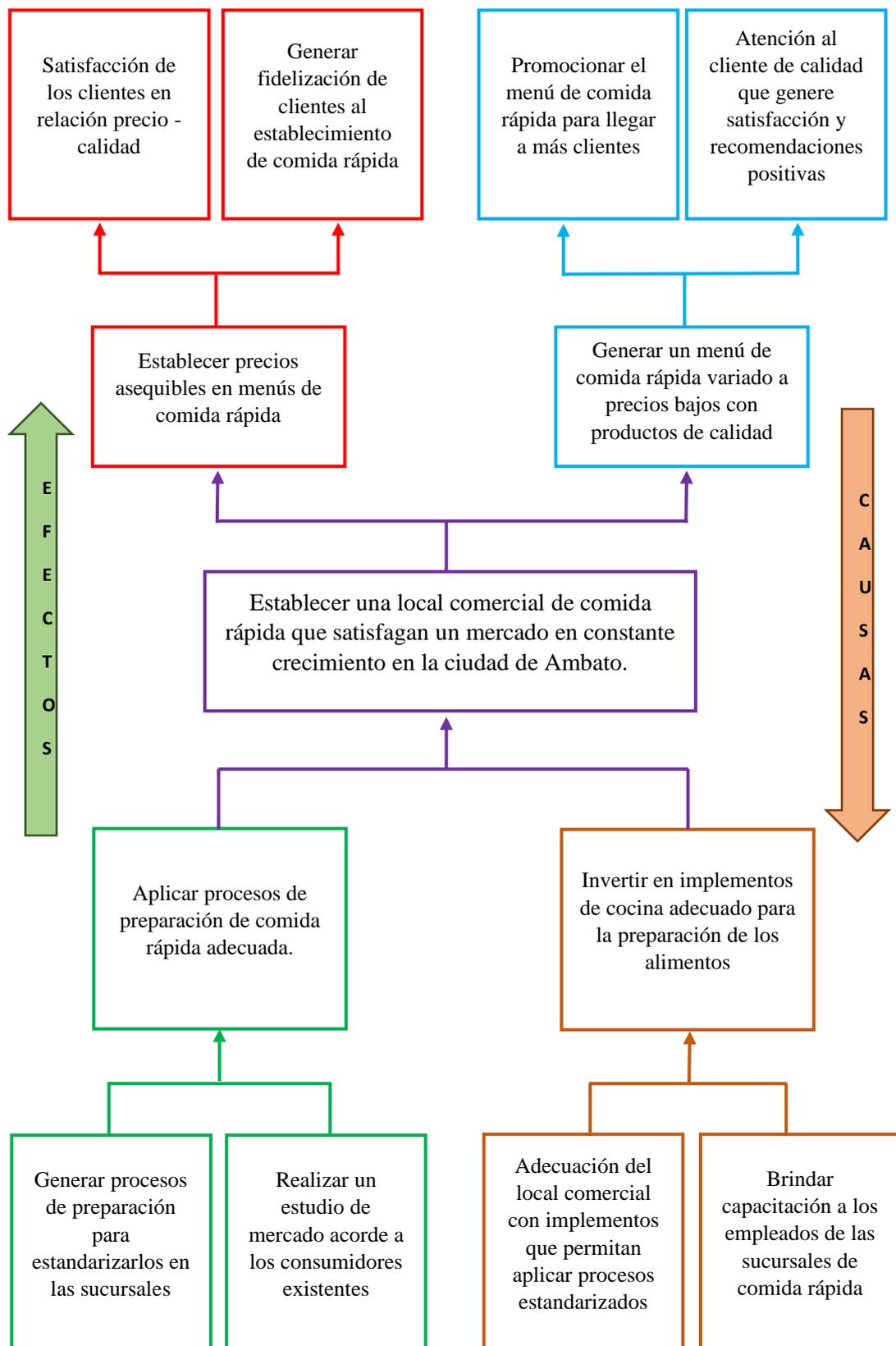
**Tabla 1** *Matriz de involucrados*

Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y mandatos
Clientes	Como consumidor final cubre su necesidad básica de alimentarse	Exceso de menús ofertados por los locales de comida rápida a precios elevados	Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil (LODC, 2015).
Trabajadores	Realizar sus actividades en base a los establecido por el departamento administrativo y el departamento operativo	Mala aplicación de las proporciones establecidas en las recetas para la elaboración de los alimentos	Art. 45.- Obligaciones del trabajador. - Son obligaciones del trabajador: Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos; (CT, 2012).
Administrativos	Buscan el bien común en base a los objetivos de la empresa y generar mejor participación en el mercado	Locales que ofertan un menú similar que genera exceso de competencia en el mercado a ofertar	Art. 45.- Obligaciones del trabajador. - Son obligaciones del trabajador: Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no ser responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos (CT, 2012).
Proveedores	Disponibilidad para abastecer las materias primas de calidad que se necesitan para la elaboración del menú	Existe competencia que brinda las mismas materias primas a costos más reducidos, esto genera competitividad de costos	Art. 17.- Obligaciones del Proveedor. - Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos (LODC, 2015).

Nota: Malliquinga L. 2023, elaboración propia.

## 1.4. Análisis de objetivos

Figura 2 Árbol de objetivos



Nota: Malliquinga L. 2023, elaboración propia.

### **1.5.Alternativas de solución**

1. Crear una sucursal de comida rápida que brinde un menú basado en papas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo y aderezos de calidad y a precios razonables.
2. Diseñar un menú de comida rápida saludable que llame la atención de los clientes.
3. Realizar un estudio de mercado acorde a las necesidades alimenticias del público presente en el mercado a ofertar el servicio de comida rápida para satisfacer esta necesidad de manera adecuada.
4. Implementar y diseñar un espacio para el área de cocina que utilice implementos de calidad que permitan realizar procesos de elaboración y cocción establecidos por la empresa.
5. Diseñar un plan de capacitación semestral para mejorar la atención al cliente, con el fin de mantener la fidelización de los clientes.

## CAPÍTULO II

### DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

#### 2.1. Nombre del emprendimiento

Creación de una sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” a través de un proyecto de inversión en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua en el periodo octubre 2022 – febrero del 2023.

#### 2.2. Localización geográfica

##### 2.2.1. Localización geográfica de la empresa

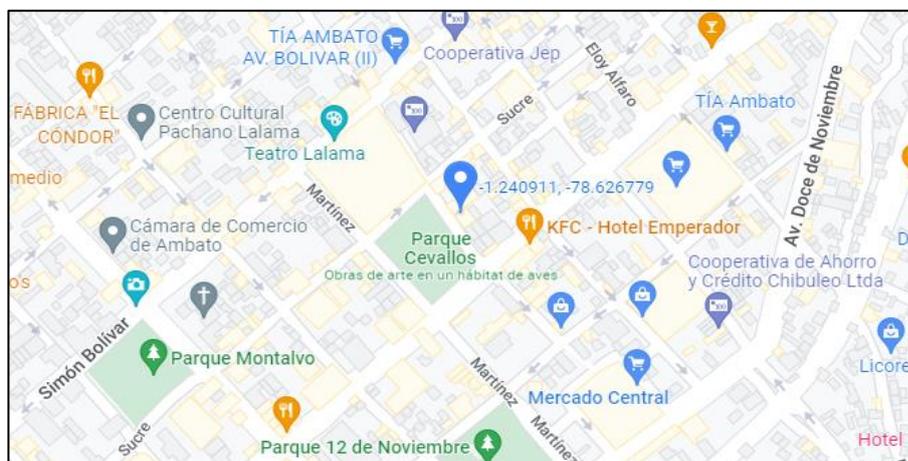
Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Barrio: La Matriz

Dirección: C. Joaquín Lalama entre Sucre y Av. Cevallos

**Figura 3** Localización geográfica



Nota: Google Maps, 2023.

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@-1.2413659,-78.626983,18z?hl=es>

### **2.3. Justificación**

YUMMY FCh “Las papas de Luchito”, inicia sus actividades en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi el 17 de marzo del 2020, adquiere conocimientos en cocción, funcionamiento y administración, posicionándose de cierta manera en el mercado pese a la dificultades generadas por la pandemia del COVID-19 que genera una etapa de cuarentena a dos días de la inauguración del local; con experiencia y reconocimiento de la marca en la ciudad YUMMY FCh “Las papas de Luchito” abre su primera sucursal el día 20 de noviembre del 2022 en un punto estratégico, con un menú variado de comida rápida basada en la fritura de pollo en piezas a un precio bajo y exequible para todos los potenciales clientes de la ciudad desde niños hasta personas adultas.

Para el proceso de elaboración del plato que comercializa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” se utilizan cocinas freidoras de tipo broaster americanas que optimizan la utilización del aceite y el tiempo, el trozado del pollo asegura que el desperdicio sea mínimo ya que se generan 8 presas grandes a diferencia de la competencia y en lo referente a aderezos y salsas son receta propia de la casa con la utilización de ingredientes de calidad que aseguran un excelente sabor y frescura en su combinación al momento de emplatar y servir al cliente.

Hace un tiempo la industria de la comida rápida dejó de ser un negocio informal o de pequeña escala. Hoy en día miles de dólares están en circulación a lo largo del Ecuador en este segmento de mercado, ya que cada día es más importante permanecer en los lugares de trabajo durante la hora del almuerzo, lo que permite que lugares de comida rápida ofrezcan alimentos variados, fáciles y rápidos de preparar mismos que cuentan con entregas a domicilio que facilitan su adquisición y que no sea necesario salir de casa o lugar de trabajo para consumirlos.

Ecuador y en especial la ciudad de Ambato no son ajenas a esta situación y se ven obligadas a reproducir los cientos de empresas que día a día se esfuerzan por posicionarse en este importante mercado. Este es el caso de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” como novato en el mercado de comidas rápidas busca posicionarse y promocionar sus productos de esta manera aumentar así el nivel de

ventas permitiéndose establecerse en la ciudad y ganar un nuevo mercado de clientes, esto gracias a la calidad y excelencia del producto y de su servicio.

Por todo lo anterior expuesto es necesario diseñar un estudio de mercado, ubicación estratégica y costo de la inversión que permita a la empresa avanzar y ampliar su alcance de clientes, y de esta manera ser participantes de las ventajas del sector establecido y de la calidad del producto y servicio brindado. Al mismo tiempo brindar una excelente oportunidad para que se practiquen los conocimientos adquiridos a través del desarrollo profesional como administrador de empresas y negocios, poner así en práctica los conceptos teóricos y las experiencias de gente que conoce este negocio y la administración en general.

De esta manera surge la necesidad de generar como emprendimiento de inversión su segunda sucursal en la ciudad de Ambato, esta vez de manera más técnica y aplicar conocimientos adquiridos en la vida universitaria y establecer la marca YUMMY FCh “Las papas de Luchito” a nivel nacional, permitiéndose alcanzar nuevos mercados a futuro.

## **2.4. Objetivos**

### **2.4.1. Objetivo General**

Crear una sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” a través de un proyecto de inversión en la ciudad de Ambato, provincia del Tungurahua en el periodo octubre 2022 – febrero del 2023.

### **2.4.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la factibilidad de la introducción de la marca YUMMY FCh “Las papas de Luchito” de comida rápida a la ciudad de Ambato.
- Diseñar un marco teórico conceptual y legal que permita un funcionamiento adecuado del emprendimiento.

- Elaborar un plan de negocio acorde a las necesidades que presente el emprendimiento a desarrollar.

## 2.5. Beneficiarios

**Tabla 2** *Beneficiarios*

<b>Implicados</b>	<b>Intereses</b>	<b>Beneficios</b>
Emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de puestos de trabajo para personas de la localidad.</li> <li>- Aportar a la ciudad y cumplir con la normativa vigente para emprendedores.</li> <li>- Generar clientes satisfechos al brindarles un producto de calidad a precios asequibles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estabilidad económica.</li> <li>- Ser reconocido en la ciudad de Ambato por la calidad de sus productos ofertados.</li> </ul>
Cliente Final	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponer de un menú variado de comida rápida para servirse al instante.</li> <li>- Variedad de precios para seleccionar mejor sus alimentos al momento de comprar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variedad de alimentos de tipo comida rápida.</li> <li>- Alimentos de calidad presentados de manera higiénica y adecuada para el consumo.</li> <li>- Precios exequibles para niños, jóvenes y adultos.</li> </ul>
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener un puesto de trabajo estable con sueldos establecidos.</li> <li>- Brindar un excelente servicio a la sociedad mediante el desempeño de sus actividades en la empresa.</li> <li>- Sentirse seguros de su trabajo en una empresa estable en el mercado ambateño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo seguro con sueldos que la ley establece en su normativa.</li> <li>- Apoyo económico y calidad de vida mejor para los familiares de los empleados.</li> </ul>
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer sus productos a clientes emprendedores de la ciudad.</li> <li>- Brindar productos de buena calidad que cumplan con los requisitos del emprendedor.</li> <li>- Tener estabilidad comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento en sus ventas acorde al crecimiento del emprendimiento.</li> <li>- Fidelidad con el emprendedor y las compras de materias primas.</li> </ul>

Nota: Malliquinga L. 2023, elaboración propia.

## **2.6. Resultados a alcanzar**

La zona centro de la ciudad de Ambato presenta un gran potencial para los emprendimientos, de manera especial los que tienen que ver con la alimentación, comida rápida y golosinas en general, de esta manera se busca competir y ganar clientes en el mercado de la comida rápida con la creación y establecimiento de la tercera sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito”, mediante la venta de pollo broaster con receta y menú original en la zona antes mencionada.

Análisis de los clientes mediante el diseño y aplicación de un estudio de mercado para comprender las necesidades y tipos de alimentación de la zona.

Visualizar la viabilidad económica del establecimiento y creación de la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” en la zona centro de la ciudad de Ambato mediante la aplicación de un estudio financiero detallado en este documento.

Mediante la aplicación adecuada de este proyecto de emprendimiento se espera posicionar la marca YUMMY FCh “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato, y de esta manera poder establecer más sucursales en todas las zonas económicamente activas de la ciudad y abarcar de esta manera más mercado de clientes.

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Descripción del producto, características y usos

YUMMY FCh “Las papas de Luchito” es una empresa que nace en la ciudad de Salcedo el 17 de marzo del 2021 ante la necesidad de ofrecer en el mercado un menú de comida rápida a base de pollo broaster, papas, mote y arroz de calidad y a un precio más exequible para todo público.

#### Comida rápida

Modalidad en la que toda la oferta de alimentos y bebidas se encuentra lista para su consumo o requiere de un tiempo reducido de terminación, y donde lo habitual es que la toma de comanda, facturación y la retirada del pedido por el consumidor se realicen en el mostrador (de León Roman, 2018).

**Tabla 3** Descripción del productos, características y usos.

Producto	Descripción	Características	Usos
<b>Pollo Broaster</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Su preparación requiere de pollo fresco, aplicación de ingredientes y condimentos mediante receta original de la empresa.</li><li>- Proceso de fritura en cocinas americanas diseñadas para realizar la cocción a temperaturas estandarizadas.</li><li>- El trozado del pollo es propio de la empresa y se obtienen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pollo Broaster crujiente.</li><li>- Fritura jugosa mediante el proceso de cocción por tiempos.</li><li>- Color dorado luego de la fritura.</li><li>- Sabor único y agradable al paladar.</li><li>- Destilado del aceite por el proceso de fritura.</li></ul>	Alimentación.

---

	8 presas grandes de cada pollo.		
<b>Papas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es utilizado como base del menú ofertado en YUMMY FCh, por lo general se utiliza: Yungai, Suprema, Única.</li> <li>- El tipo de papa es especial para fritura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crujientes.</li> <li>- Saladitas.</li> <li>- No absorben aceite por el tipo de fritura por tiempo estandarizado.</li> <li>- Picado a máquina con tamaño equitativo.</li> <li>- Papa pelada a mano diariamente.</li> <li>- Acompañante de las papas fritas y el pollo broaster.</li> </ul>	Alimentación.
<b>Mote</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es el grano de maíz pelado, para esto se lo hace hervir con cal (óxido de calcio), de esta manera se elimina la cascara, como resultado el mote (grano de maíz suave).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracteriza al plato de manera única ya que no se oferta algo parecido en la zona centro del país.</li> <li>- Da la humedad necesaria al plato, ya que el mote se lo mantiene en agua antes de servir.</li> <li>- Genera un sabor agradable al gusto en su mezcla con los demás ingredientes.</li> </ul>	Alimentación.
<b>Chicharrón de cerdo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborado a base la fritura de la carne de cerdo.</li> <li>- Ingrediente fundamental para sazonar el mote.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uno de los ingredientes más saludables del plato en general.</li> </ul>	Alimentación.
<b>Arroz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es un alimento ingerido por todo el mundo en variedades de preparación inimaginables, cereal que aporta nutrientes y permite una dieta sana para las personas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permite generar una variedad de sabores al momento de emplatar con los demás ingredientes del menú.</li> <li>- Aporta minerales y vitaminas al consumidor.</li> </ul>	Alimentación.
<b>Aderezos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayonesa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se utiliza, huevos, aceite, agua,</li> </ul>	Alimentación.

<b>Ensalada</b>	<p>Aderezo preparado de manera casera con ingredientes seleccionados que garantizan su sabor y calidad.</p> <p>- Salsa de tomate</p> <p>Se aplica en todo tipo de alimentos, presenta un sabor fresco y agradable al menú.</p>	<p>condimentos y un proceso de licuado que permite una consistencia agradable al gusto y que se mezcla fácilmente con los alimentos del menú.</p>	Alimentación.
	<p>- Como acompañante en el plato permite brindar vitaminas y minerales al consumidor, también ayuda a la indigestión y presenta frescura al menú.</p>	<p>- Están presentes con texturas cremosas y homogéneas en el plato.</p> <p>- Ayudan a dar más sabor al momento de ser ingeridos por los clientes.</p> <p>- Tomate de riñón picado finamente.</p> <p>- Cebolla paiteña picada y lavada para eliminar el picante que es característico de cebolla.</p> <p>- Aplicación de cilantro para dar color y un sabor distintivo a la ensalada.</p>	

---

Nota: Malliquinga L. 2023.

### 3.2. Segmentación del mercado

Definir al mercado va más allá de cualquier cosa, es decir es una agrupación donde todos los potenciales clientes distribuyen una necesidad especial en la cual podrían estar idóneos para tener la capacidad de realizar un trueque que satisfaga esa necesidad o deseo (Kotler, 2020).

La segmentación de mercado tiene que ver con el procedimiento de dividir un mercado en diferentes subconjuntos que contengan las características similares de seleccionar

uno o varios segmentos con los mismos objetivos por alcanzar por el medio de un marketing especial (Kanuk, 2019).

Se entiende como segmentación de mercado la división realizada de manera específica a una parte de la población que se agrupan en base a cualidades y características que presenten necesidades y gustos similares y acorde a lo que el proyecto requiera para su correcto funcionamiento.

#### **a) Población**

La población se define como la agrupación finita o infinita de distintos elementos con características similares para lo cual serán detallados en diferentes conclusiones de la investigación, la misma queda delimitada por varios problemas y por muchos objetivos en dicho estudio (Arias, 2018).

Entendemos a una población como un conjunto de individuos con características similares en cuanto a gustos y necesidades que se agrupan en un determinado sector.

**Tabla 4 Segmentación de mercado**

<b>VARIABLES DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DATOS</b>	<b>FUENTE</b>
<b>Geografía</b>	Población de Tungurahua	504.583	CENSO 2010*
<b>Geografía</b>	Población de Ambato	329.856	CENSO 2010*
<b>Demografía</b>	PEA de Ambato (65.8% de la PEA de la provincia de TUNGURAHUA 244.893)	161.139	CENSO 2010*

Nota: \* Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador – INEC.

Se ha tomado en cuenta todas las definiciones al momento de realizar la división poblacional en base a los detalles y características que están presentes geográficamente, estas pueden ser ingresos, edad, nivel social entre otras; se ha considera oportuno tomar en cuenta los datos poblacionales de la ciudad de Ambato, se ha utilizado como fuente la página web del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos), son estos los siguientes: población de Tungurahua 504.583, habitantes de la ciudad de Ambato 329.856; y también la PEA (Población

Económicamente Activa) de la ciudad de Ambato 161.139, el mercado meta al cual se pretende llegar con este proyecto está enfocado en personas con edades de 10 años y más, que comprende toda la Población Económicamente Activa de la ciudad.

La tasa de crecimiento poblacional nos permite obtener mediante cálculos una proyección para nuestro mercado meta del año 2010 al 2023, se ha aplicado una tasa de 1.56%, mediante la aplicación de la tasa de natalidad menos la tasa de mortalidad.

**Tabla 5** *Tasa de crecimiento poblacional 2010*

<b>Año</b>	<b>Mercado meta</b>	<b>TCP</b>
2010	161139	1.56 % *
2011	163653	2514
2012	166206	2553
2013	168799	2593
2014	171432	2633
2015	174106	2674
2016	176822	2716
2017	179581	2758
2018	182382	2801
2019	185227	2845
2020	188117	2890
2021	191051	2935
2022	194032	2980
<b>2023</b>	<b>197059</b>	3027

Nota: \* Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador – INEC.

El mercado objetivo estimado es de 197.059 personas que pertenecen a la Población Económicamente activa de la ciudad de Ambato.

#### **b) Muestra**

La muestra se define como un subconjunto que será representativo y finito donde se deriva de un conjunto accesible (Arias, 2018).

A su vez se define como un conjunto específico de actividades a realizar para estudiar la distribución de ciertos personajes en su población en una población ya sea un universo o un colectivo esto se hace a partir de la observación de una parte de la población que se considera (Tamayo, 2019).

## Método

### Ecuación 1 Muestra

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

z: nivel de confianza 1.96

P: probabilidad a favor 50%

Q: probabilidad en contra 50%

N: población de universo (197.059 población de la ciudad de Ambato de 10 años y más)

e: nivel de error 5%

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(197059)}{1.96^2(0.50)(0.50) + (197059)0.05^2}$$

$$n = \frac{189255}{493.60}$$

$$n = 384$$

El valor de la muestra obtenida es de 384 personas, esto quiere decir que se va a levantar la encuesta a 384 personas.

### c) Resultados de la encuesta

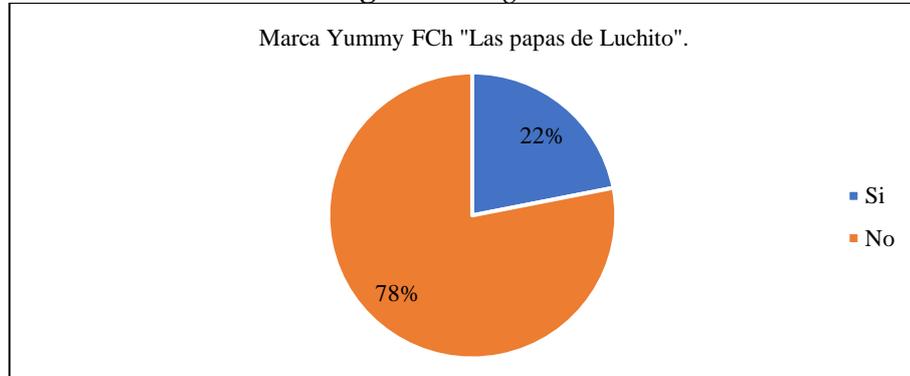
1. ¿Conoce la marca Yummy FCh Las papas de Luchito, comida rápida con un menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos?
- 2.

**Tabla 6 Pregunta 1**

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
Si	84	43156	21.90%
No	300	153.903	78.10%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 4 Pregunta 1**



Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Análisis e interpretación**

El mercado meta para el proyecto es de 197.059 personas como el 100%, de estas el 22% que son 43156 personas mencionan que conocen la marca de la empresa de comida rápida YUMMY FCh “Las papas de Luchito”, y el 78% que son 153.903 personas no conocen la marca; se entiende que el mayor número de personas encuestadas no conocen la marca del emprendimiento.

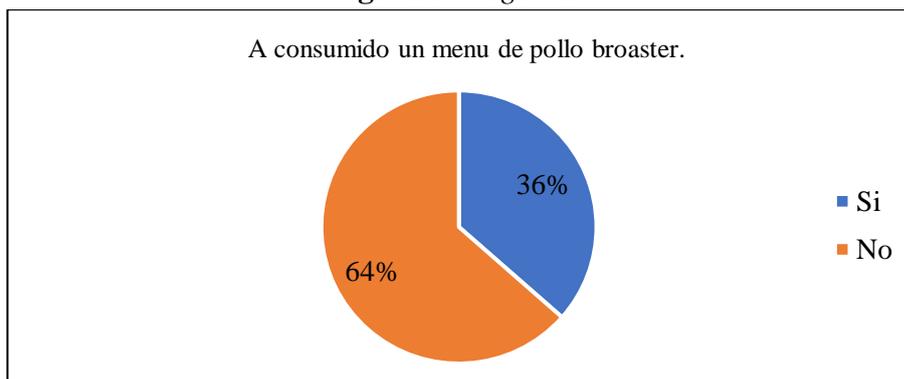
2. ¿Ud. ha consumido pollo broaster con papas fritas, mote, chicharon de cerdo, ensalada y aderezos?

**Tabla 7 Pregunta 2**

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
Si	140	71927	36.50%
No	244	125.132	63.50%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 5 Pregunta 2**



Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Análisis e interpretación**

Con respecto a esta interrogante, el 36% que son 71927 personas han consumido un menú basado en pollo broaster con papas fritas, mote, chicharon de cerdo, ensalada y aderezos; el 64% que son 125.132 personas mencionan que no han consumido el menú detallado anteriormente; se entiende que el mayor número de personas encuestadas no ha consumido el menú detallado anteriormente.

3. ¿Es de su agrado el menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos?

**Tabla 8 Pregunta 3**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia muestral</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>Si</b>	342	175.580	89.10%
<b>No</b>	42	21479	10.90%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 6 Pregunta 3**



Nota. Malliquinga L. 2023.

### Análisis e interpretación

Los resultados según la Figura 3 indican que el 89% que son 175.580 personas mencionan que, si les gusta el menú basado en pollo broaster con papas fritas, mote, chicharon de cerdo, ensalada y aderezos; el 11% que son 21479 personas mencionan que no les gusta el menú detallado anteriormente; se entiende que el mayor número de personas encuestadas si les gusta el menú detallado anteriormente.

4. Si en la ciudad de Ambato se instalaría una sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” que ofrezca pollo broaster con el menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos. ¿Adquirirías sus productos?

**Tabla 9** *Pregunta 4*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia muestral</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>Si</b>	362	185.827	94.30%
<b>No</b>	22	11232	5.70%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 7 Pregunta 4**



Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Análisis e interpretación**

En base a los datos tabulados se puede colegir que el 94% que son 185.827 personas mencionan que, si estuvieran dispuestos a adquirir el menú; el 6% que son 11232 personas mencionan que no estarían dispuestos a adquirir el menú.

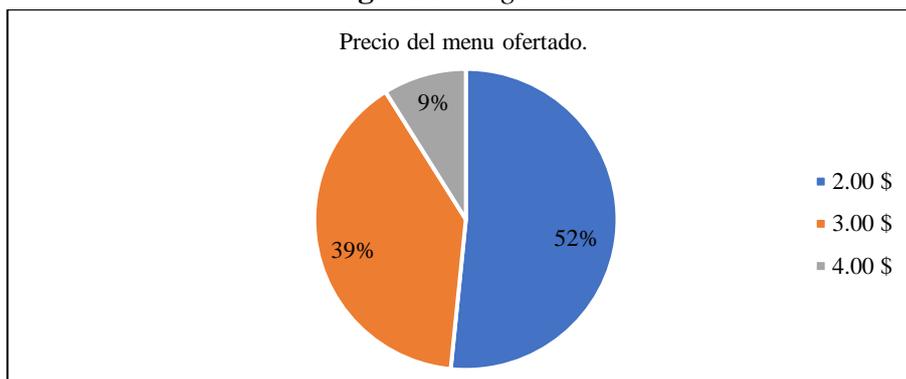
6. ¿Cuánto esta Ud. dispuesto a pagar por un menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos que ofertaría la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito”
- 7.

**Tabla 10 Pregunta 5**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia muestral</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>2.00 \$</b>	198	101.682	51.60%
<b>3.00 \$</b>	152	77838	39.50%
<b>4.00 \$</b>	34	17538	8.90%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 8 Pregunta 5**



Nota. Malliquinga L. 2023.

**Análisis e interpretación**

De conformidad con esta interrogante se encontró que el 52% que son 101.682 personas mencionan que pagarían \$2.00 por el menú ofertado; el 39% que son 77838 personas mencionan que pagarían \$3.00 por el menú ofertado y el 9% que son 17538 personas mencionan que pagarían \$4.00 por el menú ofertado.

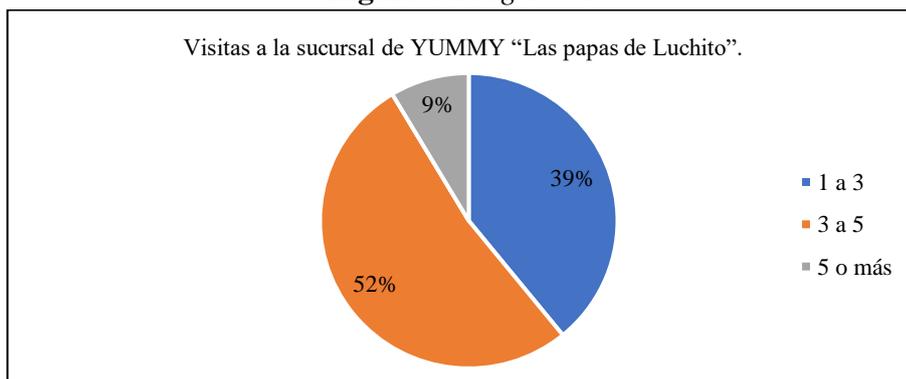
6. Mensualmente cuantas veces visitarías la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato.

**Tabla 11 Pregunta 6**

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
<b>1 a 3</b>	150	77050	39.10%
<b>3 a 5</b>	201	103.062	52.30%
<b>5 o más</b>	33	16947	8.60%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 9 Pregunta 6**



Nota. Malliquinga L. 2023.

### Análisis e interpretación

La interrogante de visitas a la sucursal de YUMMY indica que el 39% que son 77050 personas mencionan que visitarían la sucursal de 1 a 3 veces mientras que el 52% que son 103.062 personas mencionan que visitarían de 3 a 5 veces y solo el 9% que son 16947 personas mencionan que visitarían de 5 veces o más; se entiende que el mayor número de personas estarían dispuestos a visitar la sucursal de 3 a 5 veces al mes.

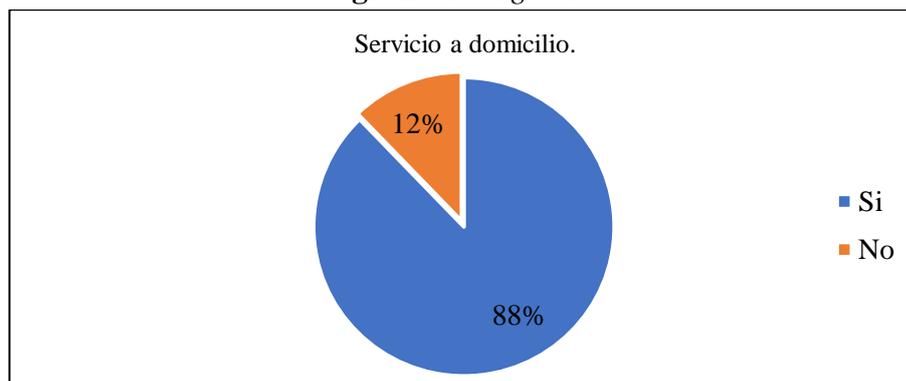
7. ¿Le gusta que las compras de sus alimentos sean enviadas directamente a su casa o lugar de trabajo sin costo adicional?

**Tabla 12** *Pregunta 7*

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
<b>Si</b>	337	173.018	87.80%
<b>No</b>	47	24041	12.20%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 10** *Pregunta 7*



Nota. Malliquinga L. 2023.

### Análisis e interpretación

De acuerdo con el servicio a domicilio se encontró que el 88% que son 173.018 personas mencionan que, si les gusta que sus alimentos sean enviados a su ubicación sin costo adicional, el 12% que son 24041 personas mencionan que no les gusta el servicio a domicilio; se entiende que el mayor número de personas encuestadas le gusta el servicio a domicilio.

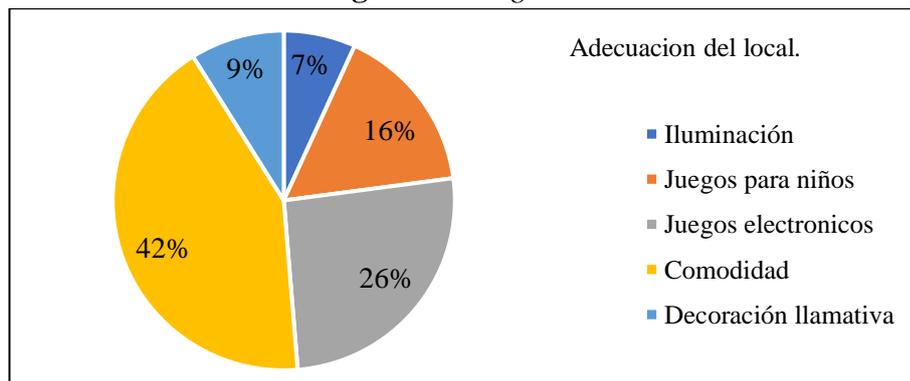
8. ¿Qué prefiere en la adecuación del local cuando Ud. se acerca a comprar?

**Tabla 13 Pregunta 8**

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
<b>Iluminación</b>	26	13400	6.80%
<b>Juegos para niños</b>	62	31726	16.10%
<b>Juegos electrónicos</b>	99	50841	25.80%
<b>Comodidad</b>	163	83553	42.40%
<b>Decoración</b>	34	17538	8.90%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 11 Pregunta 8**



Nota. Malliquinga L. 2023.

### Análisis e interpretación

Con respecto a la adecuación del local, los resultados de la encuesta indican que, el 7% que son 13400 personas prefieren la iluminación del establecimiento, el 16% que son 31726 personas prefieren los juegos para niños en el establecimiento, el 26% que son 50841 personas prefieren los juegos electrónicos en el establecimiento, el 42% que son 83553 personas prefieren la comodidad en el establecimiento, el 9% que son 17538 personas una decoración llamativa en el establecimiento.

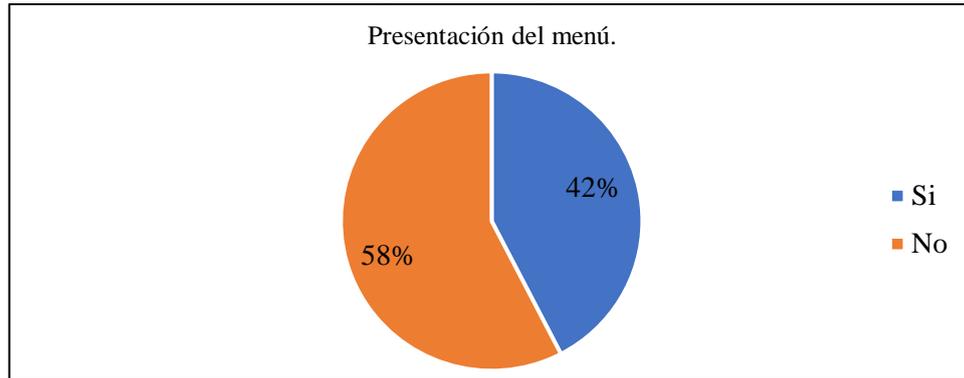
9. Le gusta que el menú sea presentado en hojas o de manera digital mediante aplicaciones celulares.

**Tabla 14 Pregunta 9**

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
<b>Si</b>	163	83553	42.40%
<b>No</b>	221	113.506	57.60%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 12** *Pregunta 9*



Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Análisis e interpretación**

Según los resultados obtenidos para esta interrogante se sabe que, el 42% que son 83553 personas les gusta que el menú sea presentado en hojas, el 58% que son 113.506 personas les gusta que el menú sea presentado de manera digital; se entiende que el mayor número de personas encuestadas les gusta que el menú sea de manera digital.

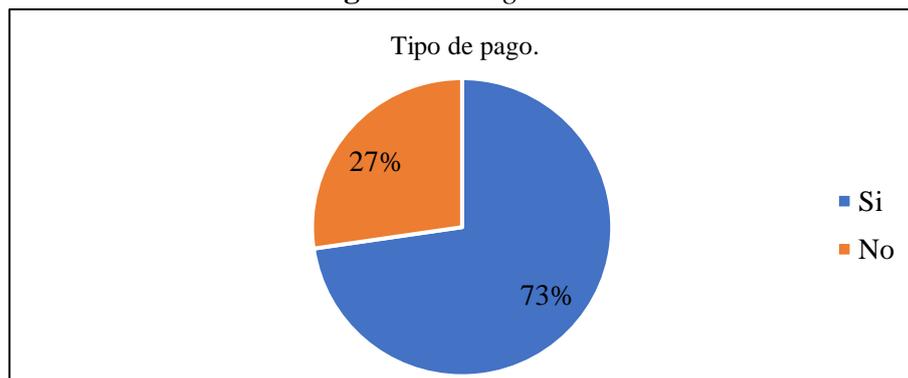
10. ¿Le gustaría que el local acepte tarjetas o transferencias electrónicas al momento de realizar el pago de lo consumido?

**Tabla 15** *Pregunta 10*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia muestral</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>Si</b>	279	143.262	72.70%
<b>No</b>	105	53797	27.30%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 13** *Pregunta 10*



Nota. Malliquinga L. 2023.

## Análisis e interpretación

En cuestión de formas de pago por consumo se denota que, el 73% que son 143.262 personas prefieren transferencias al momento de pagar su compra, el 27% que son 53797 personas prefieren pagar su compra en efectivo; se entiende que el mayor número de personas prefieren pagar con transferencia.

11. ¿Ha visto o escuchado otro local de comida rápida que ofrezca los mismos productos de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato?

**Tabla 16** *Pregunta 11*

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje %
Si	15	7698	3.91%
No	369	189361	96.09%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197.059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 14** *Pregunta 11*



Nota. Malliquinga L. 2023.

## Análisis e interpretación

Con respecto a este argumento, el 15% que son 7698 personas mencionan que si han visto o escuchado de locales que venden los mismos productos de YUMMY “Las papas de Luchito” mientras que el 96% que son 189361 personas mencionan que no han visto ni escuchado de locales que venden los mismos productos de YUMMY “Las papas de Luchito”; se entiende que el mayor número de personas encuestadas prefieren no han visto ni escuchado de locales que ofrezcan los mismos productos que YUMMY “Las papas de Luchito”.

Entre los locales que mencionan conocer están

- Las papas de la Abuela
- Picaditas la Herradura
- Las papas de Mayrita.

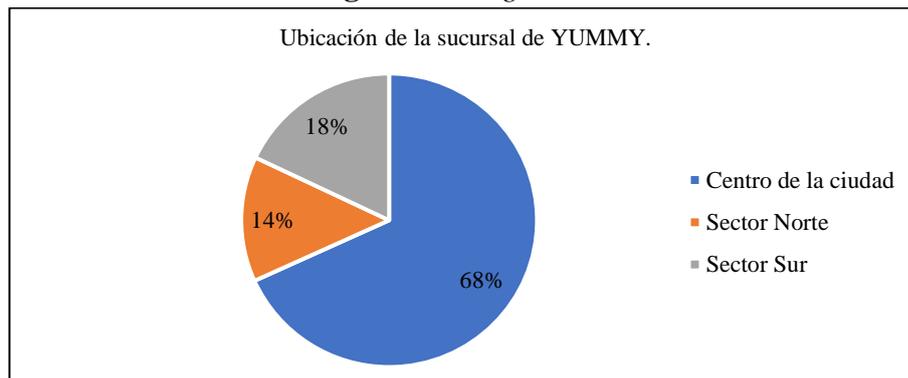
12. ¿Dónde prefiere que este ubicada la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato?

**Tabla 17** *Pregunta 12*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia muestral</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>Centro de la ciudad</b>	262	134452	68.23%
<b>Sector Norte</b>	53	27198	13.80%
<b>Sector Sur</b>	69	35409	17.97%
<b>TOTAL</b>	384	197059	100.00%

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 15** *Pregunta 12*



Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Análisis e interpretación**

En cuanto a esta afirmación se conoce que, el 68% que son 134452 personas prefieren que la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” este ubicada en el centro de la ciudad, el 14% que son 27198 personas prefieren que la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” este ubicada en el sector norte de la ciudad, el 18% que son 35409 personas prefieren que la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” este ubicada

en el sector sur de la ciudad se entiende que el mayor número de personas encuestadas prefieren que la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” se establezca en el centro de la ciudad.

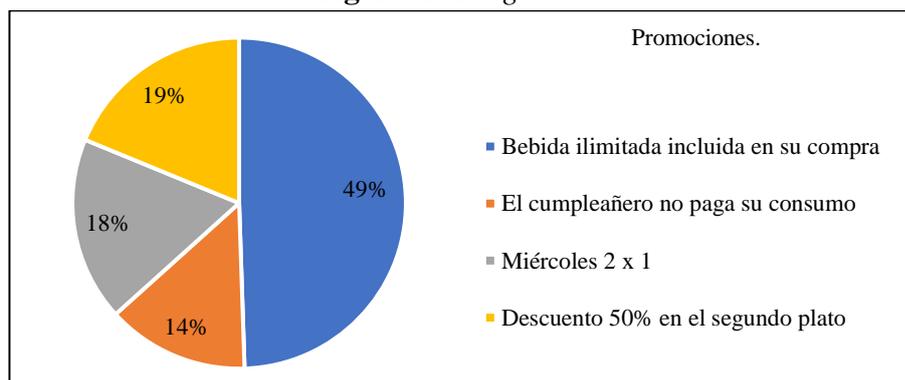
13. ¿Cuál de las siguientes promociones le gustaría que se oferte en la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato?

**Tabla 18** *Pregunta 13*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia muestral</b>	<b>Frecuencia mercado objetivo</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>Bebida ilimitada incluida en su compra</b>	190	97503	49.48%
<b>El cumpleaños no paga su consumo</b>	53	27198	13.80%
<b>Miércoles 2 x 1</b>	69	35409	17.97%
<b>Descuento 50% en el segundo plato</b>	72	36949	18.75%
<b>TOTAL</b>	384	197059	100.00%

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 16** *Pregunta 13*



Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Análisis e interpretación**

Teniendo en cuenta que el mercado meta para el proyecto es de 197.059 personas como el 100%, de estas el 49% que son 97503 personas prefieren que la promoción de bebida ilimitada, el 14% que son 27198 personas prefieren la promoción del cumpleaños no paga su consumo, el 18% que son 35409 personas prefieren la promoción Miércoles 2

por 1 y el 19% que son 36949 personas prefieren la promoción Descuento 50% en el segundo plato, se entiende que el mayor número de personas encuestadas prefieren la promoción de bebida ilimitada.

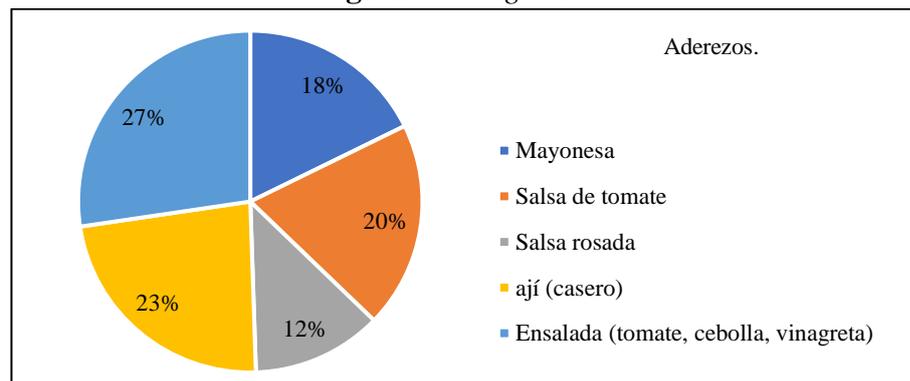
14. ¿Cuál de los siguientes aderezos prefiere para acompañar el menú que ofrece la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato?

**Tabla 19 Pregunta 14**

Respuestas	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje e %
Mayonesa	68	34896	17.71%
Salsa de tomate	75	38488	19.53%
Salsa rosada	47	24119	12.24%
Ají (casero)	89	45673	23.18%
Ensalada (tomate, cebolla, vinagreta)	105	53883	27.34%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>197059</b>	<b>100.00%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Figura 17 Pregunta 14**



Nota. Malliquinga L. 2023.

### Análisis e interpretación

Considerando la presente afirmación los resultados de la encuesta demostraron que el 27% que son 53883 personas prefieren como aderezo ensalada, el 23% que son 45673 prefieren como aderezo ají, el 20% que son 38488 personas prefieren como aderezo la

salsa de tomate, el 18% que son 34896 personas prefieren como aderezo mayonesa y el 12% que son 24119 prefieren como aderezo la salsa rosada.

### 3.3. Estudio de la demanda

El valor global que expresa la intensión de comprar de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas (Arias, 2018).

El estudio de la demanda es una herramienta utilizada para analizar la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar en un mercado determinado a cierto precio y en un período específico de tiempo; este análisis se realiza para determinar la viabilidad de un producto o servicio en el mercado y para tomar decisiones estratégicas sobre la producción, el precio y la promoción de un producto o servicio.

#### 3.3.1. Estudio de la demanda en personas

a) Explicación

Es la proyección obtenida en base al total del mercado meta para el año 2023:

**Tabla 20** *Explicación de demanda en personas*

<b>*(1)</b>	<b>*(2)</b>	<b>*(3)</b>	<b>*(4)</b>
<b>Año</b>	<b>Mercado meta</b>	<b>Porcentaje de aceptación</b>	<b>Demanda de personas</b>
<b>2023</b>	197.059	94.30%	185.827

Nota. Malliquinga L. 2023, datos sobre la demanda en personas.

**\*(1).** Año de proyección establecido.

**\*(2).** Mercado meta proyectado al año 2023.

**\*(3).** Porcentaje de aceptación.

Se define en base a la tabulación de la información de las encuestas realizadas, la pregunta 4 nos brinda los siguientes datos: porcentaje de aceptación de 94.30% que son 362 personas encuestadas, mismas que respondieron positivamente a la siguiente pregunta: ¿Le gustaría que en este sector exista un local que ofrezca pollo broaster con

el menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos?

\*(4). La demandad de personas se obtiene del cálculo: el mercado meta (185.827) para el porcentaje de aceptación (94.30%).

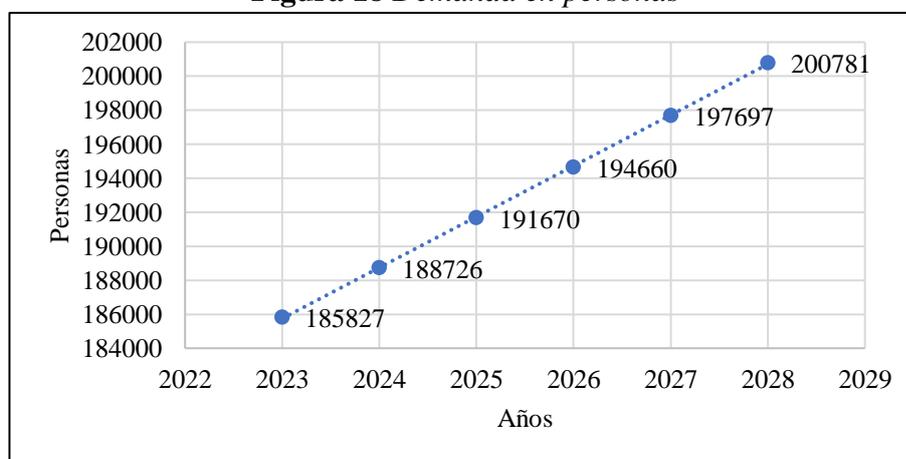
b) Calculo

**Tabla 21** *Calculo de la demanda en personas*

<b>Año</b>	<b>Demanda en personas</b>	<b>TCP</b>
2023	185827	1.56 *
2024	188726	2899
2025	191670	2944
2026	194660	2990
2027	197697	3037
<b>2028</b>	<b>200781</b>	3084

Nota: \* Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador – INEC.

**Figura 18** *Demanda en personas*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración de la demanda en personas.

### Análisis

Por cálculo, la población beneficiaria y mercado objetivo en 2023 es de 185.827 personas; y con base en el pronóstico del TCP en 2028, el proyecto atenderá las necesidades de 200.781 personas en Ambato.

### 3.3.2. Estudio de la demanda en productos

a) Explicación

Tomamos en cuenta la pregunta 6. ¿Mensualmente, con qué frecuencia consume un menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos? Para esto se multiplica la DP del año 2023 que es de 185.827 con todos los porcentajes de cada opción, para obtener la proporcionalidad y por último multiplicamos por el promedio de las opciones para obtener el total.

b) Calculo

**Tabla 22** *Calculo de la demanda en productos*

<b>Demanda</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Población</b>	<b>Cantidad promedio</b>	<b>Periodo mensual</b>	<b>Total</b>
<b>185.827</b>	1 a 3	39.10%	72658	2	12	1743.801
	3 a 5	52.30%	97188	4	12	4665.001
	5 o más	8.60%	15981	5	12	958.867
<b>TOTAL 2023</b>						<b>7367.669</b>

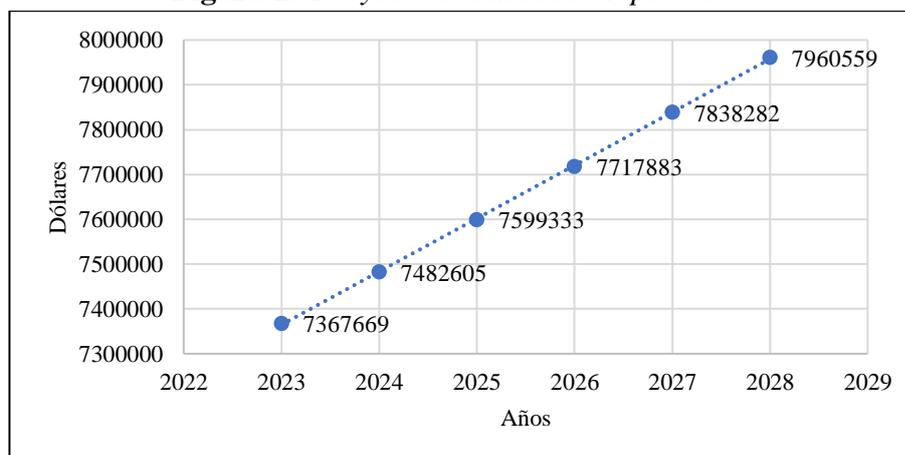
Nota. Malliquinga L. 2023, datos sobre la demanda en productos.

**Tabla 23** *Proyección de la demanda en productos*

<b>Año</b>	<b>Demanda en productos</b>	<b>TCP</b>
2023	7367669	1.56 *
2024	7482605	114936
2025	7599333	116729
2026	7717883	118550
2027	7838282	120399
<b>2028</b>	<b>7960.559</b>	122277

Nota: \* Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador – INEC.

**Figura 19** *Proyección demanda en productos*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración de la demanda en productos.

## Análisis

Mediante los cálculos realizados en base a la frecuencia de valor en compras y con el mercado meta del año 2023, podemos observar y decir que existirá una demanda de productos de 7367.669; y también que mediante la proyección realizada con la TCP del año 2028 se alcanzaría a una demanda de productos de 7960.559 en la ciudad de Ambato.

### 3.4. Estudio de la oferta

Es la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender, el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios; Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo (Arias, 2018).

El estudio de la oferta es una herramienta utilizada para analizar la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender en un mercado determinado a cierto precio y en un período específico de tiempo; este análisis se realiza para determinar la viabilidad de un producto o servicio en el mercado y para tomar decisiones estratégicas sobre la producción, el precio y la promoción de un producto o servicio; el estudio de la oferta también ayuda a identificar el perfil de los proveedores, su capacidad productiva, los costos de producción y cómo se ven afectados por factores económicos y sociales.

#### 3.4.1. Estudio de la oferta de personas

a) Explicación

Es la proyección obtenida en base al total del mercado meta para el año 2023:

**Tabla 24** *Explicación oferta en personas*

<b>*(1)</b>	<b>*(2)</b>	<b>*(3)</b>	<b>*(4)</b>
<b>Año</b>	<b>Mercado meta</b>	<b>Porcentaje de aceptación</b>	<b>Oferta de personas</b>
<b>2023</b>	197059	5.70%	11232

Nota. Malliquinga L. 2023, datos sobre la oferta en personas.

**\*(1).** Año de proyección establecido.

**\*(2).** Mercado meta proyectado al año 2023.

**\*(3).** Porcentaje de aceptación.

Se define en base a la tabulación de la información de las encuestas realizadas, la pregunta 4 nos brinda los siguientes datos: Porcentaje de personas que no están de acuerdo es de 5.70% que son 22 personas encuestadas, mismas que respondieron negativamente a la siguiente pregunta:

¿Le gustaría que en este sector exista un local que ofrezca pollo broaster con el menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos?

**\*(4).** La demandad de personas se obtiene del cálculo: el mercado meta (11232) para el porcentaje de aceptación (5.70%), este porcentaje de la población no es considerado para la calcular la oferta en personas porque los mismos ya están satisfaciendo su necesidad con algún producto similar que adquieren en el mercado y sector al que apunta el proyecto.

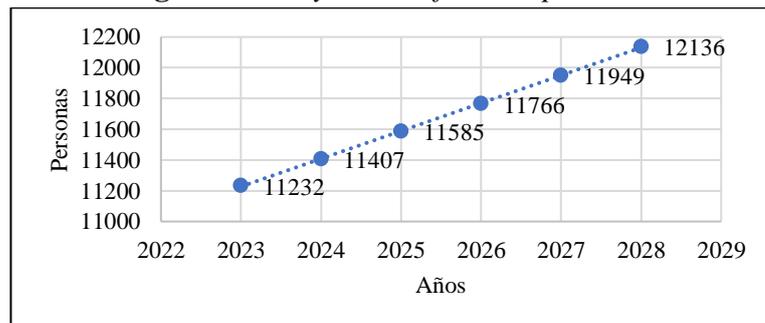
b) Calculo

**Tabla 25** *Proyección oferta en personas*

<b>Año</b>	<b>Oferta en personas</b>	<b>TCP</b>
2023	11232	1.56 *
2024	11407	175
2025	11585	178
2026	11766	181
2027	11949	184
<b>2028</b>	<b>12136</b>	186

Nota: \* Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador – INEC.

**Figura 20** *Proyección oferta en personas*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración de la oferta en personas.

## Análisis

Haciendo cálculos, se puede observar que 11.232 personas no estuvieron de acuerdo con la creación del proyecto ese año; Según las previsiones de TCP, 12.136 personas participarán del proyecto en la ciudad de Ambato en 2028.

### 3.4.2. Oferta de productos

#### a) Explicación

Tomamos en cuenta la pregunta 6:

¿Mensualmente, con qué frecuencia consume un menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos?

Para esto se multiplica la OP del año 2023 que es de 11232 con todos los porcentajes de cada opción, para obtener la proporcionalidad y por último multiplicamos por el promedio de las opciones para obtener el total.

#### b) Calculo

**Tabla 26** *Calculo de la oferta en productos*

Oferta	Frecuencia	Porcentaje	Población	Cantidad promedio	Periodo mensual	Total
<b>11232</b>	1 a 3	39.10%	4392	2	12	105401
	3 a 5	52.30%	5874	4	12	281968
	5 o más	8.60%	966	5	12	57957
<b>TOTAL 2023</b>						<b>445.326</b>

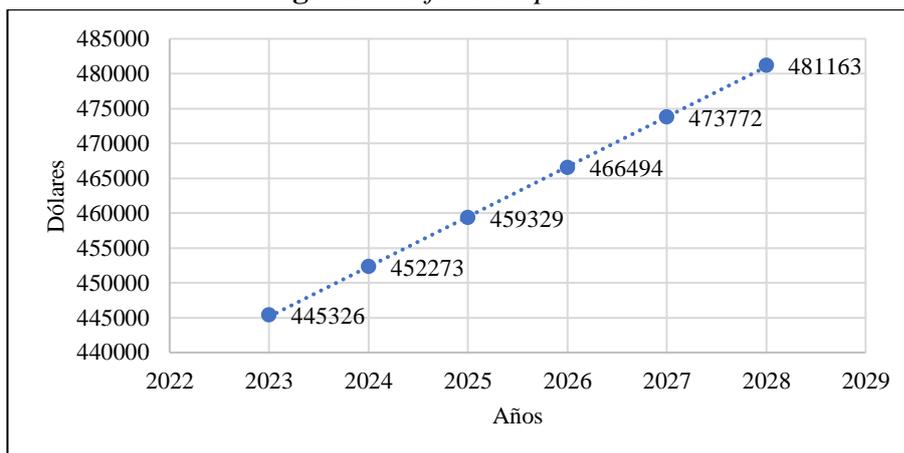
Nota. Malliquinga L. 2023, cálculo de la oferta en productos.

**Tabla 27** *Proyección oferta en productos*

Año	Oferta en productos	TCP
2023	445326	1.56 *
2024	452273	6947
2025	459329	7055
2026	466494	7166
2027	473772	7277
<b>2028</b>	<b>481.163</b>	7391

Nota: \* Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador – INEC.

**Figura 21** *Oferta en productos*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración de la oferta en productos.

### **Análisis**

Mediante los cálculos realizados en base a la frecuencia de valor en compras y con el mercado meta del año 2023, podemos observar y decir que existirá una oferta de productos de 445.326; y también que mediante la proyección realizada con la TCP del año 2023 (1.56\*) se alcanzaría a una demanda de productos por un valor de 481.163 en la ciudad de Ambato (\* Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador – INEC).

### **3.5. Mercado potencial para el proyecto**

Un mercado potencial es aquel público objetivo que no consume el producto de tu empresa, pero que tienen o pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo (S.A, 2018).

Para determinar el mercado potencial para un proyecto, se deben realizar análisis de mercado y de segmentación de clientes; el análisis de mercado implica la evaluación de las condiciones del mercado en general, tales como la competencia existente, los proveedores, los consumidores, los proveedores de materiales, los canales de distribución, las características demográficas y socioeconómicas de los consumidores, entre otros; es importante considerar también cuestiones en relación al

posicionamiento de mercado, el nivel de precios y la imagen de la marca para obtener una mejor proyección del mercado potencial y el éxito del proyecto.

a) Explicación

Esta demanda se calcula al aplicar una resta entre la demanda de productos y la oferta de productos.

$$\text{DPI} = \text{demanda productos} - \text{oferta productos}$$

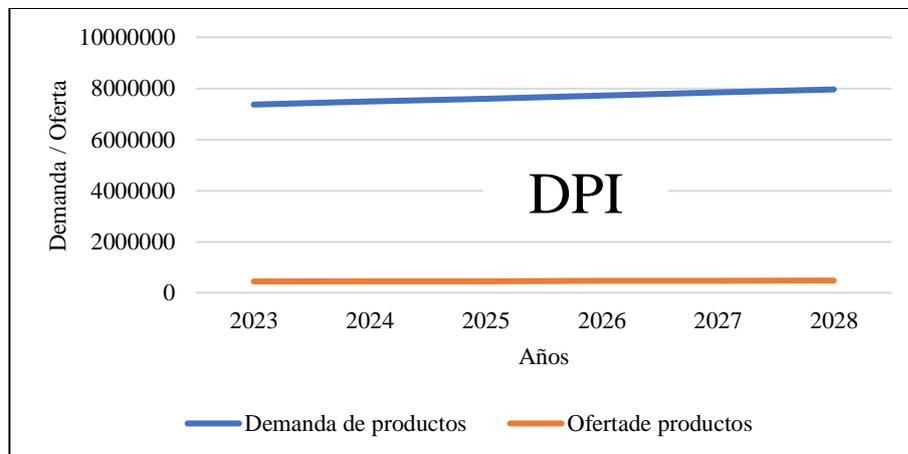
b) Calculo

**Tabla 28** *Calculo del DPI*

<b>Año</b>	<b>Demanda de productos</b>	<b>Oferta de productos</b>	<b>DPI</b>
2023	7367669	445326	6922343
2024	7482605	452273	7030331
2025	7599333	459329	7140004
2026	7717883	466494	7251388
2027	7838282	473772	7364510
2028	7960559	481163	7479396

Nota. Malliquinga L. 2023, cálculo del DPI.

**Figura 22** *Demanda potencial insatisfecha*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración del DPI.

**Análisis**

Se puede decir que la DPI es de 6922.343 en el año 2023 para la aplicación del proyecto, al realizar la proyección de mercado meta se buscará solventar para el año 2028 un total de 7479.396 que es la demanda insatisfecha en la ciudad de Ambato.

### **3.6. Precios**

El precio es el dinero u otras consideraciones (incluye otros bienes y servicios) que se intercambian por la propiedad o uso de un bien o servicio; el precio es aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio; también puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos (Armstrong, 2019).

El precio de un producto o servicio es un factor clave en el éxito de un proyecto, ya que está directamente relacionado con las ventas y los ingresos de la empresa; para establecer el precio de un producto o servicio, es importante considerar varios factores, tales como los costos de producción, los precios de mercado de productos o servicios similares, el perfil de los clientes (sus expectativas y necesidades), los objetivos de la empresa (lucro máximo, ampliar el mercado, entre otros) y la imagen que se quiere crear.

#### a) Explicación

Se aplica el método (promedio de variación de precios en el mercado) en el cual se parte desde el precio menor y mayor obtenido del mercado; el precio promedio obtenido es de \$ 3.00 depende del tipo de establecimiento en la ciudad; este se lo proyecta hasta el año 2028; para esto se utiliza la inflación para el año 2023 tomada de: Desde el Ministerio de Economía y Finanzas, Daniel Falconí expuso que la inflación de fin de periodo para el año 2022, se proyecta en 4,43%; y la inflación anual promedio para el 2023 se estima en 2,76% \*Boletín Técnico N° 01-2023-IPC INEC 2023 (Falconí, 2023).

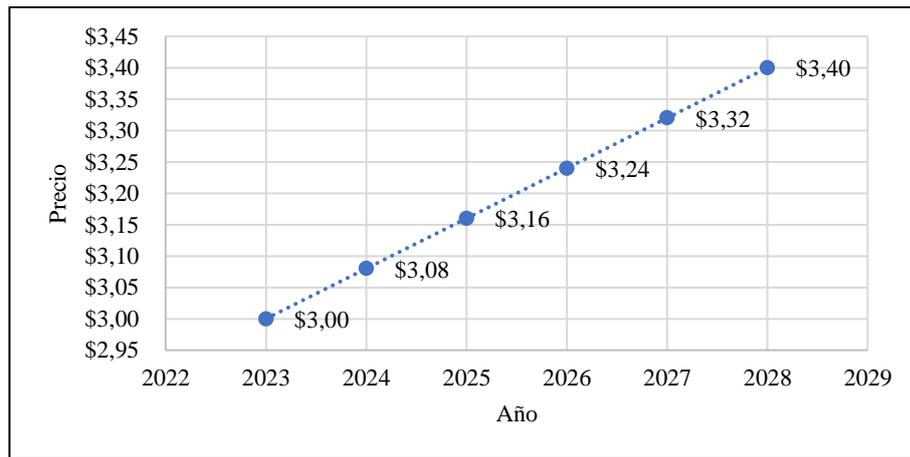
#### b) Cálculo

**Tabla 29** *Calculo del precio*

Año	Precio	IPC
2023	\$3.00	
2024	\$3.08	2.76%
2025	\$3.16	2.76%
2026	\$3.24	2.76%
2027	\$3.32	2.76%
2028	\$3.40	2.76%

Nota: Boletín Técnico N° 01-2023-IPC INEC 2023.

**Figura 23** *Precio*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración del cálculo del precio.

### **Análisis**

El precio para el 2023 en base a la tasa de inflación acumulada es de \$ 3.00, se procede a realizar una proyección de precios hasta el año 2028 se aplicó la tasa de inflación detallada anteriormente y da como resultado que el precio será de \$ 3.40, se ha incrementado en \$ 0.08 centavos de dólar cada año.

### **3.7. Canales de comercialización**

Se entiende por comercialización a la introducción de un nuevo producto al mercado, a su vez se refiere a la compra - venta de un determinado bien o servicio que será utilizado en una fabricación de otros bienes o servicios (Armstrong, 2019).

Un canal de comercialización son las distintas vías por donde circulan los productos de origen, es decir desde el fabricante hasta su consumidor final (Armstrong, 2019).

Tipos de canales:

- Directo: Productor y consumidor final
- Corto: Productor, delivery y consumidor final

Los canales de comercialización son los medios por los cuales se distribuye un producto o servicio desde el fabricante o proveedor hasta el consumidor final. Existen varias opciones de canales de comercialización.

En base a los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, seleccionamos los medios on-line para promocionar y dar a conocer nuestro menú de comida rápida, se puede observar que las personas realizan búsquedas en redes sociales como son Facebook e Instagram, también utilizan aplicaciones de mensajería como son Messenger y WhatsApp al momento de contactarse con el negocio para solicitar sus alimentos a domicilio, la encuesta demostró que la mayoría de personas gusta del servicio a domicilio sin costos adicionales.

Es importante elegir el canal de comercialización adecuado para el producto o servicio, teniendo en cuenta el público objetivo, la imagen de la marca, la ubicación geográfica y demás factores relevantes.

### **Venta directa**

Se realiza cuando el fabricante vende el producto directamente al consumidor sin intermediarios.

### **Franquicias**

Se establece una relación en la que el fabricante cede su marca a un tercero (franquiciado) para comercializar los productos o servicios.

### **Internet**

En la actualidad es una herramienta que se ha establecido de forma adecuada para todo tipo de comercio, permite encontrar todo lo que buscamos de manera muy eficiente, y

también permite conocer toda la información referente a nuestra búsqueda y en especial permite realizar comparaciones para tomar una decisión de compra más adecuada y permite de la misma manera dinamizar los contenidos. Permite una interacción más adecuada sin la necesidad explícita de realizar la compra, esto sirve de mucha ayuda a los clientes para que conozcan más a la empresa y comparen precios y modelos.

#### Ventajas

- Permite controlar de manera adecuada la entrega de los alimentos.
- Permite dinamizar los métodos de pago.
- La fidelización y atención al cliente es de manera adecuada y mejora la experiencia de compra.

#### Desventajas

- Fallas en la conectividad al momento de la compra.
- Alta competencia con el mismo método.
- Problemas por envíos y distancias.

### **3.8. Canales de distribución**

Son como cauces por donde se mueve un producto, una propiedad, financiamiento o pago, se lo puede definir como aquel conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial, a su vez se lo puede definir como una red organizada en la cual participan agencias e instituciones que, pueden combinarse al realizar varias funciones las cuales ayudaran significativamente a enlazar a determinados productores con sus consumidores finales (S.A, 2018).

#### Tipos de canales

- Canal propio o directo: Los alimentos se sirven directamente el local comercial sin intermediarios al consumidor final.
- Canal externo o ajeno: Los alimentos son enviados por medio de deliverys a los clientes finales en sus ubicaciones indicadas.

Son todos los caminos que podemos utilizar para realizar la distribución de nuestro menú de comida rápida, mediante entrega inmediata en el local y mediante envíos por delivery.

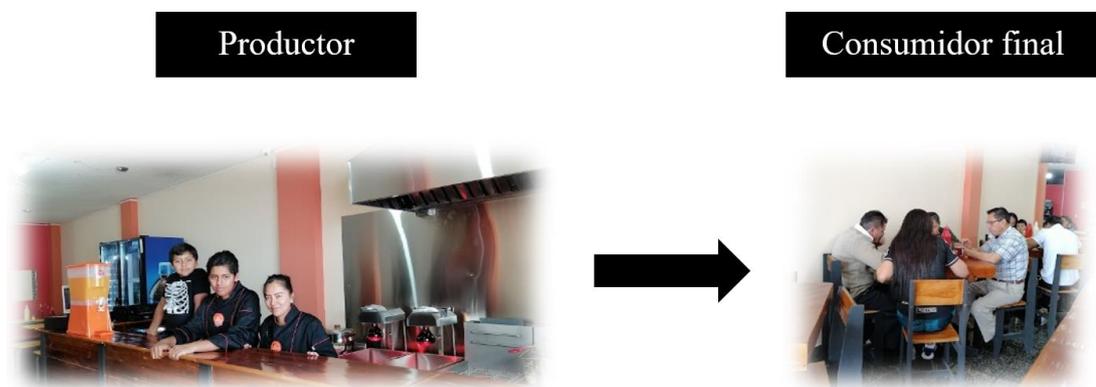
#### Ventajas

- Control de calidad directo en los alimentos.
- Fijación de precios adecuados.
- Mejorar las estrategias que permitan fidelización de clientes.

#### Desventajas

- Problemas de envío.
- Tiempos inconsistentes en entregas a domicilio.
- Problemas de transporte.

**Figura 24** *Productor - consumidor final*



Nota. Malliquinga L. 2023.

### **3.9. Estrategias de comercialización**

Mediante el desarrollo del proyecto se ha observado muchas estrategias que se pueden utilizar para implementar el proyecto y poder abarcar la mayor cantidad de clientes en la ciudad de Ambato, zona centro, sector parque Cevallos, se plantea utilizar el Mix de Marketing para dar a conocer la marca y los productos que comercializamos, esto se lo realizara a través del internet y las redes sociales, tener en cuenta un mercado más amplio y de fácil acceso; esto también nos permite aplicar las P de marketing una vez identificadas las fortalezas y oportunidades del proyecto adecuadamente.

### 3.9.1. Análisis FODA

**Tabla 30** Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alimentos de origen nacional y de calidad.</li> <li>2. Menú desarrollado para satisfacer las necesidades alimenticias en el sector comida rápida.</li> <li>3. Disposición para desarrollar o incrementar el menú que se ofrece.</li> <li>4. Recetas originales ya establecidas en otros mercados.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Carece de un plan que permita administrar el emprendimiento de mejor forma.</li> <li>2. Capacitación del personal de todas las áreas.</li> <li>3. Contratación de personal.</li> <li>4. Altos costos en los implementos de cocina para este tipo de emprendimientos.</li> </ol>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presenta un amplio mercado de clientes la ciudad de Ambato.</li> <li>2. Clientes satisfechos por la atención personalizada que se brinda.</li> <li>3. Aprovechar y difundir el marketing ya existente de la matriz en las redes sociales, enfocadas en la ciudad de Ambato.</li> <li>4. Capital existente en la matriz para futuras sucursales.</li> <li>5. Proveedores de la localidad que brinden materias primas de calidad y con stock ilimitado.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existencia de alimentos que presentan un menú similar en el mercado al que se quiere acceder.</li> <li>2. Los proveedores de materias primas varían los precios de sus productos en el mercado durante todo el año.</li> <li>3. El proveedor de aceite para fritura oferta a precios elevados dependiendo también de la temporada.</li> <li>4. Competidores bajan los precios del menú para ganar mercado de clientes.</li> </ol>

Nota. Malliquinga L. 2023, desarrollo del FODA para el proyecto.

**Tabla 31** *Matriz FODA estratégica*

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	F1. Alimentos de origen nacional y de calidad.	D1. Carece de un plan que permita administrar el emprendimiento de mejor forma.
	F2. Menú desarrollado para satisfacer las necesidades alimenticias en el sector comida rápida.	D2. Capacitación del personal de todas las áreas.
	F3. Disposición para desarrollar o incrementar el menú que se ofrece.	D3. Contratación de personal.
	F4. Recetas originales ya establecidas en otros mercados.	D4. Altos costos en los implementos de cocina para este tipo de emprendimientos.
	F5. Stock adecuado a las necesidades basado en los proveedores de confianza con los cuales se dispone.	
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias F.O</b>	<b>Estrategias D.O</b>
O1. 1. Presenta un amplio mercado de clientes la ciudad de Ambato.	F1-O1. Desarrollar un amplio menú de comida rápida que lleve ingredientes que al ser nacionales y de gran existencia en el país satisfagan todas las necesidades alimenticias de los clientes de la ciudad de Ambato.	O3-D1. Diseñar un plan de negocio adecuado a la empresa y que cumpla con la demanda de los repuestos.
O2. 1. Clientes satisfechos por la atención personalizada que se brinda.		O3-D2. Elaboración de planes de capacitación para el futuro personal de la empresa.
O3. Aprovechas y difundir el marketing ya existente de la matriz en		

las redes sociales enfocadas en la ciudad de Ambato.	F4-O2. Dar a conocer la matriz del negocio de comida rápida y demostrar que el producto ya se encuentra en el mercado y es bien recibido, aplicar un marketing enfocado en el tiempo que la empresa lleva en funcionamiento de servicio a clientes.	O3-D4. Desarrollar un plan de inversión que permita mantener los implementos de cocina de alto costo actualizado y en funcionamiento constante.
O4. Capital existente en la matriz para futuras sucursales.		
O5. Proveedores de la localidad que brinden materias primas de calidad y con stock ilimitado.		

<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias F.A</b>	<b>Estrategias F.A</b>
A1. Existencia de alimentos que presentan un menú similar en el mercado al que se quiere acceder.	A1-F1. Desarrollar productos que se puedan brindar de manera adicional al menú como un extra para lograr la fidelización de los clientes.	A1-D2. Diseñar un plan de capacitación a los empleados del área de cocina para que los productos siempre mantenga la calidad y el mismo sabor en todas las sucursales y generar así fidelización de clientes.
A2. Los proveedores de materias primas varían los precios de sus productos en el mercado durante todo el año.	F5-A2. Realizar un plan para mantener la materia prima en bodega de manera adecuada y no sufrir desabastecimiento por cualquier problema que pueda surgir o variaciones de precios.	A3-D3. Elaborar un plan de mantenimiento y purificación del aceite de fritura para así utilizarlo de mejor manera y gastar menos en este ingrediente que actualmente está a precios elevados.
A3. El proveedor de aceite para fritura oferta a precios elevados dependiendo también de la temporada.	A4-F4. Diseñar un plan de marketing que permita dar a conocer todo el menú ya establecido a precios bajos para que de esta manera los clientes puedan acercarse a comprar su comida rápida de forma segura.	
A4. Competidores bajan los precios del menú para ganar mercado de clientes.		

Nota. Malliquinga L. 2023, desarrollo del FODA estratégico para el proyecto.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Tamaño del emprendimiento**

##### **4.1.1. Factores determinantes del tamaño**

Los factores que determinan el tamaño de un proyecto, es una actividad limitada entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología y el financiamiento, estos factores ayudan al proceso y escoger las alternativas de tamaño, analizar las mejores condiciones, como son la dimensión de mercado, la capacidad de financiamiento y la distribución geográfica del mercado (Universidad Santo Tomas, 2019).

Toma parte en el nivel de inversiones y costos que se calculen al realizar un proyecto, con el fin de mantener una rentabilidad que genere una adecuada implementación en el mercado, se enfoca en el nivel de producción que puede alcanzar en un determinado tiempo (Zuñiga, 2018).

##### **a) Demanda potencial insatisfecha**

Se define como demanda potencial insatisfecha a todo aquello correspondiente a la determinación por la diferencia entre la demanda y la oferta, es decir se entiende como la cantidad de bienes o servicios que es muy probable que dicho mercado consuma en años futuros (NARVÁEZ, 2018).

La demanda potencial insatisfecha se refiere a la cantidad de consumidores que estarían dispuestos a adquirir un producto o servicio, pero que no lo hacen porque no se les ofrece o no lo encuentran en el mercado; es decir, es la demanda que existe pero que no está siendo cubierta por los proveedores actuales del mercado; este tipo de demanda puede surgir por diversas razones, como la falta de conocimiento del producto, la falta de acceso geográfico, la falta de disponibilidad en el mercado, el precio inaccesible, entre otros factores; la identificación de una demanda potencial insatisfecha puede proporcionar una oportunidad valiosa para los proveedores o fabricantes de productos o servicios; al satisfacer una necesidad no cubierta en el mercado, pueden llegar a un público objetivo nuevo y crecer su negocio, por lo tanto, es importante para las empresas identificar las áreas donde existe una demanda

potencial insatisfecha con el fin de explorar nuevas oportunidades de mercado y aumentar sus ingresos.

#### **b) Disponibilidad de capital**

Se puede medir por medio de dos variables: la tasa de ahorro obtenida como porcentaje del ahorro regional y el nivel de inversión, mediante la formación bruta de capital fijo en la región (Mancha Navarro, Moscoso Durán, & Santos, 2019).

#### **c) Tecnología**

Las tecnologías de la información y comunicación han sido un pilar fundamental que han permitido desarrollar el proceso de enseñanza en la educación, facilitar al docente como al alumnado en la adquisición de los conocimientos, a su vez las tecnologías han generado grandiosos cambios en todo lo que respecta a las organizaciones culturales, sociales, económicas y educativas (Pérez, Vinueza, Yupangui, & Parra, 2019).

Es aplicable a este proyecto, ya que al ser de servicio de venta de comida rápida existe una amplia gama de áreas en las que se puede aplicar el uso de la tecnología para verificar y controlar todos los procesos necesarios para presentar los alimentos al consumidor final.

#### **d) Insumos**

Se define como insumo a todos aquellos requisitos fundamentales o bienes que son destinados a la realización de otros bienes, es decir todas las materias primas utilizadas para producir nuevos elementos (Pedrosa, 2021).

#### **4.1.2. Tamaño óptimo**

El tamaño óptimo del proyecto está basado en la capacidad de comercialización del producto; se busca cubrir en un 3.3% la demanda potencia insatisfecha calculada anteriormente, esto es equivalente a 18971 unidades y es posible mediante la comercialización de 1600 unidades de menús con pollo broaster.

Empíricamente y en base a la experiencia de la matriz y la sucursal 1 de Salcedo se utilizan 50 pollos enteros semanales de los cuales salen 8 presas grandes y esto por las 4 semanas nos da un total de 1600 presas mensuales, 19200 presas anuales.

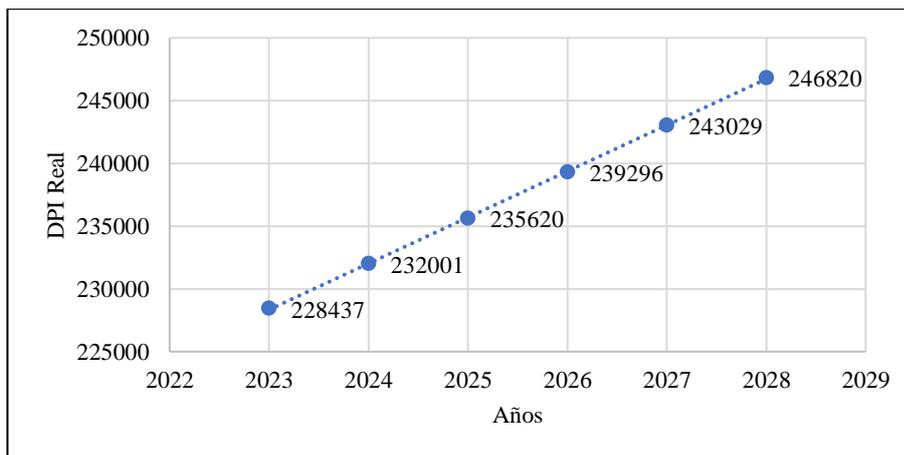
Se procede a realizar la proyección de DPI Real para el año 2028, estas son 20498.

**Tabla 32** *Demanda potencial insatisfecha real*

Año	DPI	Estimación	DPI real	Unidades mensuales
2023	6922343	3.30%	228437	1600
2024	7030331	3.30%	232001	1600
2025	7140004	3.30%	235620	1600
2026	7251388	3.30%	239296	1600
2027	7364510	3.30%	243029	1600
2028	7479396	3.30%	246820	1600

Nota. Malliquinga L. 2023, proyección de la Demanda Potencia Insatisfecha Real.

**Figura 25** *Demanda potencial insatisfecha real*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración de la Demanda Potencia Insatisfecha Real.

## 4.2. Localización

### 4.2.1. Localización óptima

Permite a que el proyecto contribuya y se logre una tasa de rentabilidad sobre el capital, u obtener un costo adecuado, que ayuden a minimizar la probabilidad de fallas en la misma tomar en cuenta los aspectos macro y micro de la localización que se encuentre (Gonzales Solano, Escorcia Caballero, & Patiño Toledo, 2021)

La selección de sitios se ha vuelto de suma importancia y está basada en datos y a un mayor acceso, existen herramientas que permiten analizar rápidamente factores y características que permiten enfocarse y decidir de mejor manera el sitio para el proyecto; ayuda tener a la mano bases de datos de ciudades y regiones, que ayudan a evaluar estas características rápidamente siempre y cuando sean datos confiables.

En lo que respecta al proyecto se debe tomar en cuenta que iniciamos todo, en tal caso debemos adecuar todas las áreas que vamos a necesitar para llevar a cabo la comercialización de alimento de tipo comida rápida, de la manera más eficiente posible, de tal manera debemos enlistar lo siguiente, área de cocina, área de caja, restaurante, bodega, baños, entre otros.

**Tabla 33** *Tabla de valoración de impacto*

<b>Escala</b>	<b>Impacto</b>
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Área o sector de la ciudad de Ambato

**Tabla 34** *Determinación de posibles lugares*

<b>Factores relevantes</b>	<b>Peso ponderado</b>	<b>Ubicación 1: Centro</b>		<b>Ubicación 2: Sur</b>		<b>Ubicación 3: Norte</b>	
<b>Infraestructura</b>	20	3	60	1	20	3	60
<b>Competencia</b>	15	1	15	3	45	1	15
<b>Accesibilidad</b>	14	2	28	1	14	2	28
<b>Seguridad</b>	6	2	12	2	12	2	12
<b>Demanda</b>	10	3	30	3	30	3	30
<b>Precio inmueble</b>	5	2	10	3	15	2	10
<b>Espacio físico</b>	8	3	24	1	8	2	16
<b>Vías de acceso</b>	7	3	21	3	21	3	21
<b>Mano de obra</b>	7	2	14	2	14	2	14
<b>Impuestos</b>	8	2	16	3	24	2	16
<b>TOTAL</b>	100		<b>230</b>		203		222

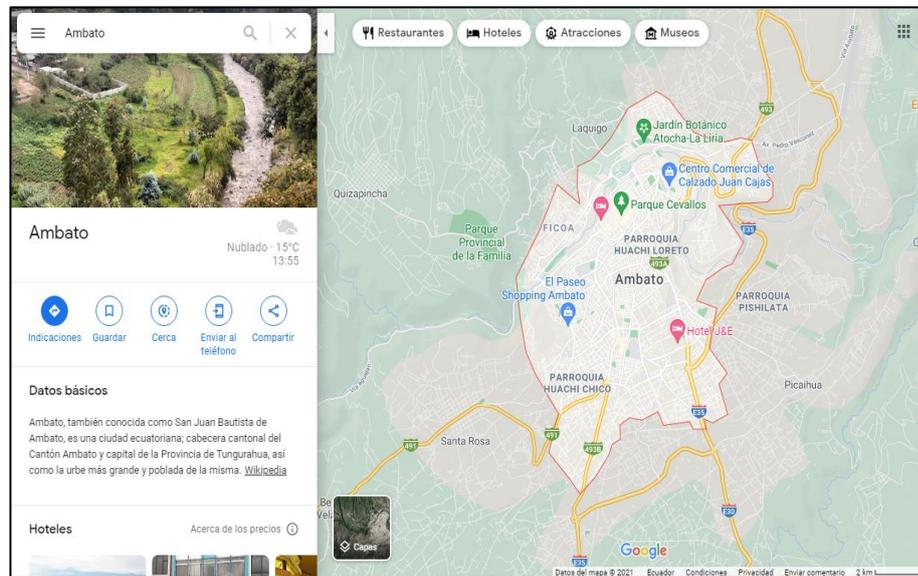
Nota. Malliquinga L. 2023, determinación del lugar.

La mejor ubicación para la implementación del proyecto se presenta en el sector centro de la ciudad de Ambato ya que cuenta con mejor infraestructura de alquiler de locales comerciales para este tipo de emprendimientos, están presentes buenas vías de acceso al sitio y es una zona en la cual existe tránsito de personas durante todos los días del año.

#### 4.2.2. Macro localización

País: Ecuador  
Región: Sierra  
Provincia: Tungurahua  
Cantón: Ambato  
Zona: 3

Figura 26 Macro localización



Nota. Google Maps, 2023.

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Ambato/@-1.2570575,-78.7040178>

#### 4.2.3. Micro localización

Provincia: Tungurahua  
Cantón: Ambato  
Barrio: La Matriz  
Dirección: C. Joaquín Lalama entre Sucre y Av. Cevallos

**Figura 27** *Micro localización*



Nota. Google Maps, 2023.

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@-1.2406362,-78.6270691>

### **4.3. Ingeniería del proyecto**

#### **4.3.1. Balance de materiales**

La ingeniería de proyecto es una etapa en el proyecto en donde se definen los recursos necesarios para una ejecución ideal de las tareas o planes, en donde se incluyen los equipos, el lugar de implantación, las tareas, los insumos, los recursos humanos, las obras básicas y complementarias, la protección ambiental, entre otros (Muñoz Solís & Nuñez Lozada, 2022).

Se analizarán todos los requerimientos en cuanto a útiles, materias primas, productos necesarios para el normal y correcto funcionamiento del proyecto y todo el proceso a seguir para cerciorarse de la calidad y funcionalidad de su elaboración. También se considerará la adecuación de los locales comerciales para el consumo, comercio y venta de comidas rápidas.

Para una correcta elaboración de todo el menú a ofertar en este emprendimiento se debe tomar en cuenta de manera primordial la materia prima a utilizar.

**Tabla 35 Materia prima**

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Unidad de medida</b>
Pollo	5040	Kg
Papas	10909	Kg
Mote	182	Kg
Arroz	182	Kg
Cebolla paitaña	546	Kg
Tomate de riñón	30	Cajas
Cebolla blanca	50	Atados
Ají	1200	Libras
Huevos	96	Cubetas

Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Insumos**

El insumo es toda aquella cosa susceptible de dar servicio y paliar necesidades del ser humano, es decir, nos referimos a todas las materias primas que son utilizadas para producir nuevos elementos (Ferrari, 2021).

Es un material utilizado para la elaboración de un bien conocido como producto, son intermedios que sirven para terminar de producir algún bien. La adquisición de los insumos constituye en una etapa previa a la función a la función de producción (Ferrari, 2021).

Se define como insumo a toda aquella cosa susceptible que da servicio y palia las necesidades del ser humano, es decir todas las materias primas que son utilizadas para producir nuevos elementos, a su vez no son más que aquellos productos que el consumidor desea adquirir, sin embargo, se deben obtener una variedad de insumos para completar lo que se quiere (Pedrosa, INSUMO, 2021).

Los insumos son los materiales, recursos o factores que se utilizan para producir un producto o prestar un servicio, estos pueden variar dependiendo del sector o industria, pero en general suelen ser insumos físicos, químicos, biológicos, energéticos y/o humanos.

**Tabla 36 Insumos**

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Unidad de medida</b>
Salsa de tomate	120	Galón (450 ml)
Maní	44	Kg
Aceite	96	Galón (20 litros)
Condimentos	120	Kg
Gas	96	Tanque
Salsa amarilla	24	Balde (2000 ml)
Sal	273	Kg

Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Materiales Indirectos**

El material indirecto debido a su naturaleza y diversidad posee una mayor dificultad de contabilización, ya que en el producto final su representación es mínimo, este es parte de la comercialización, pero no tiene mayor relevancia. Es aquel que posee mayor grado de proporción, que puede ser útil pero no necesario para la fabricación del producto (Muñoz Solis & Nuñez Lozada, 2022).

Los materiales indirectos son aquellos materiales que se utilizan en un proceso de producción o prestación de servicios, pero no forman parte directa de un producto final o servicio prestado; estos materiales son necesarios para mantener y sostener las operaciones de la empresa y permitir que la producción o servicio se lleve a cabo de manera eficiente.

**Tabla 37 Materiales indirectos**

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Unidad de medida</b>
Contenedor desechable	12000	Unidades
Plato desechable	18000	Unidades
Funda jaladera P5	4000	Unidades
Funda jaladera P2	4000	Unidades
Funda amarilla 5*6	10800	Unidades
Picapapas	10800	Unidades
Cuchara tenedor	12000	Unidades
Servilletas	100	Paquetes

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Servicios Básicos

Un servicio básico representa un componente esencial para el buen funcionamiento del proyecto y del producto, que permita llevar a cabo actividades cotidianas como energía eléctrica, agua, luz, estructura de vivienda o local (Muñoz Solís & Nuñez Lozada, 2022).

Son un aporte importante para el pleno funcionamiento de la empresa, ya que participan en la creación y montaje del menú, lo que también facilita el día a día de todos los involucrados en la empresa.

**Tabla 38** *Servicios básicos*

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Unidad de medida</b>
Luz	10500	Kw/h
Agua	600	Mc
Internet	720	Mbps
TV Cable	720	Mbps
Teléfono	1000	Minutos

Nota. Malliquinga L. 2023.

### 4.3.2. Proceso

#### Papipollo

Papas fritas, presa de pollo broaster, ensalada, salsa de tomate, mayonesa.

**Tabla 39** *Proceso papipollo*

<b>N°</b>	<b>Estado Inicial</b>	<b>Proceso</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Recursos a invertir</b>
1	Compra de materia prima	- Selección y compra de papa exclusiva para fritura. - Solicitud de pollo entero a proveedor. - Selección y compra de hortalizas y vegetales.	120 min	- Transporte - Efectivo - Ayudante
2	Esterilización de productos	- Limpieza y pelado de papas. - Trozado de pollo y posterior lavado. - Esterilización de verduras y hortalizas.	60 min	- Ayudante - Agua - Vinagre
3	Preparación de ingredientes	- Picado de papas. - Adobado de pollo.	30 min	- Ayudante - Condimentos

		- Picar legumbres y hortalizas.		- Implementos de cocina
4	Almacenamiento de ingredientes	- Almacenamiento del pollo a -10 °C.	10 min	- Ayudante - Enfriador industrial - Recipientes
5	Inventario de productos	- Contabilización y distribución de los ingredientes a los locales.	20 min	- Computadora - Administrador - Transporte
6	Fritura de ingredientes	- Precalentado del aceite. - Fritura de las papas a 300 °C. - Fritura del pollo a 300 °C	30 min	- Freidora industrial - Ayudante
7	Reposo de productos	- Destilación del aceite para que los ingredientes se mantengan por más tiempo. - Se mantienen en una vitrina para frituras que mantiene la temperatura adecuada y la visibilidad para los clientes.	5 min	- Ayudante - Luz
8	Recepción de pedido	- El cliente solicita el menú y paga por el producto.	5 min	- Computadora - Ayudante
9	Empaque	- Se realiza el emplatado de acuerdo con el menú solicitado por el cliente. - Depende si el pedido es para servirse en el local, para llevar o para realizar una entrega a domicilio.	5 min	- Ayudante - Implementos de cocina - Insumos
10	Entrega	- Entrega del producto en el local o a domicilio.	5 min	- Ayudante - Delivery

---

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del proceso.

### **Papi arroz con pollo**

Papas fritas, presa de pollo broaster, porción de arroz, ensalada, salsa de tomate, mayonesa.

**Tabla 40** *Proceso papi arroz con pollo*

<b>N°</b>	<b>Estado Inicial</b>	<b>Proceso</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Recursos a invertir</b>
1	Compra de materia prima	- Selección y compra de papa exclusiva para fritura. - Solicitud de pollo entero a proveedor. - Selección y compra de arroz - Selección y compra de hortalizas y vegetales.	120 min	- Transporte - Efectivo - Ayudante
2	Esterilización de productos	- Limpieza y pelado de papas. - Trozado de pollo y posterior lavado. - Esterilización de verduras y hortalizas.	60 min	- Ayudante - Agua - Vinagre
3	Preparación de ingredientes	- Picado de papas. - Adobado de pollo. - Picar legumbres y hortalizas.	30 min	- Ayudante - Condimentos - Implementos de cocina
4	Almacenamiento de ingredientes	- Almacenamiento del pollo a -10 °C.	10 min	- Ayudante - Enfriador industrial - Recipientes
5	Inventario de productos	- Contabilización y distribución de los ingredientes a los locales.	20 min	- Computadora - Administrador - Transporte
6	Cocción de ingredientes	- Precalentado del aceite. - Fritura de las papas a 300 °C. - Fritura del pollo a 300 °C - Cocción del arroz	30 min	- Freidora industrial - Ayudante
7	Reposo de productos	- Destilación del aceite para que los ingredientes se mantengan por más tiempo. - Se mantienen en una vitrina para frituras que mantiene la temperatura adecuada y la visibilidad para los clientes.	5 min	- Ayudante - Luz

8	Recepción de pedido	- El cliente solicita el menú y paga por el producto.	5 min	- Computadora - Ayudante
9	Empaque	- Se realiza el emplatado de acuerdo con el menú solicitado por el cliente. - Depende si el pedido es para servirse en el local, para llevar o para realizar una entrega a domicilio.	5 min	- Ayudante - Implementos de cocina - Insumos
10	Entrega	- Entrega del producto en el local o a domicilio.	5 min	- Ayudante - Delivery

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del proceso.

### Papi mote con pollo

Papas fritas, presa de pollo broaster, porción de arroz, ensalada, salsa de tomate, mayonesa.

**Tabla 41** Proceso papimote

N°	Estado Inicial	Proceso	Tiempo	Recursos a invertir
1	Compra de materia prima	- Selección y compra de papa exclusiva para fritura. - Solicitud de pollo entero a proveedor. - Selección y compra de mote - Pedido del chicharrón de cerdo a proveedores - Selección y compra de hortalizas y vegetales.	120 min	- Transporte - Efectivo - Ayudante
2	Esterilización de productos	- Limpieza y pelado de papas. - Trozado de pollo y posterior lavado. - Esterilización de verduras y hortalizas.	60 min	- Ayudante - Agua - Vinagre
3	Preparación de ingredientes	- Picado de papas. - Adobado de pollo. - Picar legumbres y hortalizas.	30 min	- Ayudante - Condimentos - Implementos de cocina
4	Almacenamiento de ingredientes	- Almacenamiento del pollo a -10 °C.	10 min	- Ayudante

				- Enfriador industrial
				- Recipientes
5	Inventario de productos	- Contabilización y distribución de los ingredientes a los locales.	20 min	- Computadora - Administrador
6	Cocción de ingredientes	- Precalentado del aceite. - Fritura de las papas a 300 °C. - Fritura del pollo a 300 °C - Cocción del mote	30 min	- Transporte - Freidora industrial - Ayudante
7	Reposo de productos	- Destilación del aceite para que los ingredientes se mantengan por más tiempo. - Se mantienen en una vitrina para frituras que mantiene la temperatura adecuada y la visibilidad para los clientes.	5 min	- Ayudante - Luz
8	Recepción de pedido	- El cliente solicita el menú y paga por el producto.	5 min	- Computadora - Ayudante
9	Empaque	- Se realiza el emplatado de acuerdo con el menú solicitado por el cliente. - Depende si el pedido es para servirse en el local, para llevar o para realizar una entrega a domicilio.	5 min	- Ayudante - Implementos de cocina - Insumos
10	Entrega	- Entrega del producto en el local o a domicilio.	5 min	- Ayudante - Delivery

---

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del proceso.

#### 4.3.3. Diagrama de Flujo

El Flujograma o Diagrama de Flujo, es una gráfica que representa el flujo o la secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo (Chiavenato, 2021).

A continuación, se detallará el diagrama de flujo del proceso de preparación del menú que se comercializará en YUMMY FCh, desde la compra de materia prima hasta la entrega del producto al cliente final.

**Tabla 42** Simbología normativa ASME

Simbología	Representación	Descripción
	Operación	Cambio de las características de un objeto, ensamblaje con otro, desmontaje o preparación para transporte, inspección o almacenamiento.
	Transporte	Movimiento de un objeto de un lugar a otro, sin que ello forme parte de una operación o inspección.
	Inspección	Examen de un objeto para comprobar su calidad y/o cantidad.
	Almacenamiento	Bajo condiciones controladas, de un objeto.
	Demora	Las circunstancias no permiten la realización del siguiente paso.

Nota. Malliquinga L. 2023, simbología ASME.

### Papipollo – Papi arroz con pollo – Papimote

**Tabla 43** Diagrama de flujo - menú con pollo

N <sup>o</sup>	Actividad	Tiempo (minutos)	Distancia (metros)	   	Observaciones
1	Compra de materia prima	120 min	10	*	Recepción de proveedores
2	Esterilización de productos	60 min		*	
3	Preparación de ingredientes	30 min		*	
4	Almacenamiento de ingredientes	10 min		*	

5	Inventario de productos	20 min					
6	Fritura de ingredientes	30 min	*				
7	Reposo de productos	5 min				*	
8	Recepción de pedido	5 min	*				
9	Empaque	5 min				*	
10	Entrega	5 min	1	*			
<b>TOTAL</b>		285 min	11 m	3	2	1	4

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del diagrama de proceso.

## Determinación de requerimientos

### Equipos Industriales

**Tabla 44 Equipos industriales**

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)	Unidad de medida
Freidora automática	2	Unidad
Pica papas	2	Unidad
Cocina 3 quemadores	1	Unidad

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Equipos

**Tabla 45 Equipos**

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)	Unidad de medida
Computadora	1	Unidad
Caja	1	Unidad
Refrigerador	1	Unidad
Refrigerador gaseosas	1	Unidad
Cafetera	1	Unidad
Vitrina temperada	1	Unidad
Mesas	6	Unidad
Sillas	30	Unidad
Licuada	1	Unidad
Tostadora	1	Unidad

Pica legumbres	1	Unidad
Campana extractora de humo	1	Unidad
Horno microondas	1	Unidad

Nota. Malliquinga L. 2023.

## Menaje

**Tabla 46 Menaje**

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)	Unidad de medida
Ollas de acero	3	Unidad
Bandejas de acero	3	Unidad
Cuchillo	3	Unidad
Cucharas	30	Unidad
Tabla para picar	2	Unidad
Baldes de aluminio	4	Unidad
Cernidero metálico	1	Unidad
Cernidero plástico	3	Unidad
Tinas pequeñas	2	Unidad
Tinas G	3	Unidad
Mostradores pequeños	2	Unidad
Bandejas plásticas	3	Unidad
Frascos de aderezos	20	Unidad

Nota. Malliquinga L. 2023.

## Mano de obra directa

**Tabla 47 Mano de obra directa**

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)
Cocinero	1

Nota. Malliquinga L. 2023.

## Mano de obra indirecta

**Tabla 48 Mano de obra indirecta**

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)
Atención al cliente	1

Nota. Malliquinga L. 2023.

#### 4.3.4. Distribución de planta

El diseño de los centros de distribución es muy importante en términos de conservación del producto al nivel de servicio requerido y entrega de productos con un costo mínimo para el cliente desde los centros de distribución. Por lo tanto, el diseño de la distribución de los centros de distribución debe manejarse con un sistema de decisión inteligente (Armstrong, 2019).

Una cadena de suministro es un conjunto de instalaciones, suministros, clientes, productos y métodos para controlar el inventario, las compras y la distribución; la cadena une a proveedores y clientes, comienza con la producción de materia prima por parte de un proveedor y termina con el consumo de un producto por parte del cliente. En una cadena de suministro, el flujo de bienes entre un proveedor y un cliente pasa por varios escalones, y cada escalón puede constar de muchas instalaciones; una cadena de suministro también se puede definir como una red de sitios de producción y distribución (Flórez, 2020).

La distribución de planta es la organización física de los equipos, maquinaria, herramientas y áreas de almacenamiento dentro de una instalación de producción o servicio; una adecuada distribución de planta tiene como objetivo maximizar la eficiencia del sistema productivo, facilitar la circulación de materiales y personas, minimizar el riesgo de accidentes y reducir costos asociados a movimientos y transporte innecesarios; se diseñó un modelo que permite fluidez y optimiza el tiempo en el proceso de venta de los alimentos, acorde al espacio requerido y las necesidades que se van a presentar en las otras sucursales y en la matriz se ha optado de esta manera a mejorar el servicio.

**Tabla 49** Figuras de referencias del plano de distribución

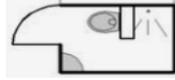
Figura	Referencia
	Área de descanso
	Ingresos a las diferentes áreas
	Área de trabajo



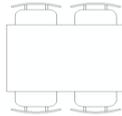
Sillas



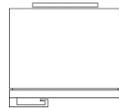
Salida de emergencia



Servicios higiénicos



Mesas para clientes



Enfriadores



Fregadero



Cocina industrial



Freidora automática



Caja

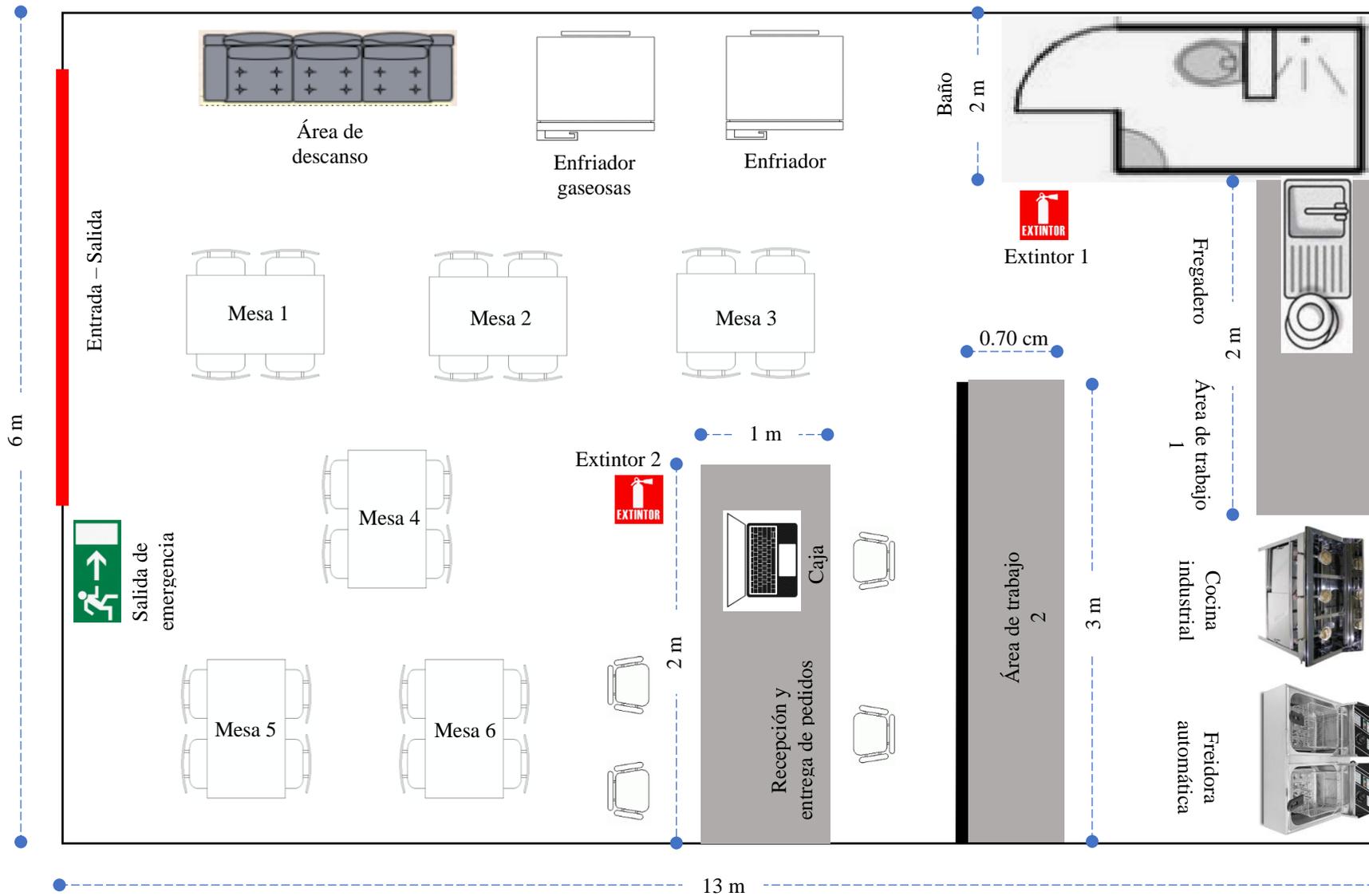


Servicios de primeros auxilios

---

Nota. Malliquinga L. 2023, señalética utilizada en el Layout.

Tabla 50 Distribución del espacio físico



## CAPÍTULO V ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 5.1. Aspectos generales

El proyecto busca establecer una sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” en la zona centro de la ciudad de Ambato, sector parque Cevallos, para satisfacer las necesidades de alimentación de tipo comida rápida (pollo broaster) con un menú diferente con ingredientes de calidad y propios de la sierra ecuatoriana.

#### 5.1.1. Logotipo

Figura 28 Logotipo YUMMY FCh



Nota. Malliquinga L. 2023.

En su inicio la empresa constara de 2 integrantes que brinden apoyo en las funciones establecidas para realizar el proceso de elaboración y venta del menú ofertado, estos ocuparan los cargos que se detallaran en el organigrama de la empresa.

## **5.2. Diseño organizacional**

### **5.2.1. Niveles jerárquicos**

Una organización puede tener muchos gerentes diferentes, en una variedad de títulos, niveles de autoridad y niveles de la jerarquía administrativa que ilustramos anteriormente. Para asignar correctamente las funciones y responsabilidades a todos los puestos gerenciales, es importante reconocer las diferencias clave entre la gerencia de nivel bajo, medio y superior (Cravens, 2021).

Todas las empresas constan de varias tareas administrativas; están adecuadamente coordinados y con un sólido sistema de gestión por capas, una organización puede crear valor de manera extremadamente efectiva en la producción de sus productos, servicios y procesos de trabajo en general.

#### **Nivel operativo**

Este nivel de gestión está formado por supervisores, capataces, oficiales de sección, superintendentes y todos los demás ejecutivos cuyo trabajo debe realizarse en gran medida con la supervisión de RR.HH. y la dirección de los empleados operativos. En pocas palabras, los gerentes en el nivel inferior se preocupan principalmente por la ejecución y coordinación del flujo de trabajo diario que garantiza la finalización de los proyectos y el cumplimiento de los entregables (Chiavenato, 2021)

Es el nivel donde se lleva a cabo la producción de bienes y servicios y se realiza el trabajo diario que permite que la organización logre sus objetivos; los trabajadores en el nivel operativo son los encargados de producir los bienes o servicios, y sus funciones son esencialmente prácticas, ejecutando tareas específicas con la finalidad de cumplir con los objetivos productivos de la empresa.

Los gerentes en el nivel operativo son los encargados de supervisar y coordinar el trabajo de los trabajadores de nivel operativo; también tienen la responsabilidad de

asegurarse de que los recursos necesarios para llevar a cabo la producción, como el personal, los materiales y la maquinaria, estén disponibles y sean adecuados a las necesidades de la empresa; el nivel operativo es crítico para el funcionamiento de la empresa, y su eficiencia y efectividad son fundamentales para el éxito de la organización en general; las empresas exitosas en el nivel operativo tienen trabajadores bien entrenados, recursos adecuados y procesos eficientes; además, las empresas pueden mejorar la eficiencia del nivel operativo mediante la implementación de iniciativas de mejora continua y tecnologías innovadoras.

**Tabla 51** *Niveles jerárquicos del proyecto*

<b>Nivel</b>	<b>Puesto</b>	<b>Nombres</b>
<b>Nivel operativo</b>	Cocinero	Sra. Marisol Malliquinga
	Atención al cliente	Srta. Nayely Carrillo

Nota. Malliquinga L. 2023.

### 5.2.2. Misión

YUMMY FCh “Las papas de Luchito” tiene como misión darles la excelencia a nuestros productos de comidas rápidas con alta calidad y frescos, en función de satisfacer las necesidades del consumo y proporcionar en forma permanente bienestar y calidad de vida.

### 5.2.3. Visión

YUMMY FCh “Las papas de Luchito” tiene como visión consolidarnos como la mejor empresa a nivel nacional, en cuanto a la comercialización y venta de comidas rápidas, apoyándonos en instalaciones con la más alta tecnología para el manejo de nuestros productos y contamos con personal altamente calificado y mantenemos nuestro riguroso y estricto control de calidad.

### 5.2.4. Valores

#### Matriz Axiológica

**Tabla 52** *Tabla de valoración de impacto*

<b>Escala</b>	<b>Impacto</b>
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Tabla 53** *Matriz axiológica*

<b>Principios</b>	<b>G. Referencia</b>	<b>Clientes</b>	<b>Colaboradores</b>	<b>Sociedad</b>	<b>Competencia</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Estado</b>	<b>Propietario</b>	<b>Total</b>
<b>Integridad</b>		5	5	3	1	5	3	5	27
<b>Honestidad</b>		5	5	5	3	5	3	5	31
<b>Solidaridad</b>		3	3	3	1	3	3	3	19
<b>Trabajo en equipo</b>		1	5	3	1	5	3	5	23
<b>Orientación a resultados</b>		1	5	3	1	3	3	5	21
<b>Humildad</b>		1	3	3	1	3	3	3	17

Nota. Malliquinga L. 2023.

#### **Orden establecido en la matriz axiológica**

1. Honestidad
2. Integridad
3. Trabajo en equipo
4. Orientación a resultados
5. Solidaridad
6. Humildad

Los principios corporativos son la definición de la filosofía empresarial, también se consideran un conjunto de valores que la organización pone en práctica en vida cotidiana para el logro de sus objetivos (Serna, 2020).

Los principios corporativos son un conjunto de valores y normas éticas que guían todas las acciones y decisiones de una empresa; estos principios son considerados fundamentales para el éxito de una empresa y para construir una cultura corporativa sólida y consistente.

Los principios corporativos pueden variar según la empresa, pero algunos principios comunes incluyen la integridad, la responsabilidad, la transparencia, la sostenibilidad, la calidad, la innovación, el respeto a las personas y la seguridad en el trabajo.

Los principios corporativos sólidos son importantes porque ayudan a una empresa a mantenerse enfocada en sus valores y objetivos a largo plazo, y a construir una cultura empresarial coherente y sólida; además, estos principios pueden mejorar la reputación y la confianza de la empresa entre los clientes, los empleados y la sociedad en general.

### **Valores YUMMY FCh “Las papas de Luchito”**

#### **Honestidad**

Son acciones que también son veraces la verdad y actúas con sinceridad, significa que "no mientes", y decir la verdad es una parte importante de ser honesto (Imaginario, 2020).

#### **Integridad**

La integridad es el estado de lo que está completo o tiene todas sus partes, es la totalidad, la plenitud. Lo íntegro es algo que tiene todas sus partes intactas o puras (Imaginario, 2020).

#### **Trabajo en equipo**

Asume la responsabilidad de gestionar y mejorar los procesos organizacionales como una parte importante de sus actividades y funciones habituales, permite a los miembros de la organización tomar parte activa en las actividades de gestión y mejora de esta (Imaginario, 2020).

#### **Orientación a resultados**

Se relaciona con el refrán “No trabaje más duro; trabaje más inteligente” quien posee esta competencia orienta su trabajo hacia los logros esperados y toma las decisiones importantes con premura necesaria para beneficiar a la organización, se logra al tener un plan de acción que exprese que responsabilidades corresponden a cada miembro del grupo (Imaginario, 2020).

### **Solidaridad**

Es una conciencia de intereses, objetivos, estándares y simpatías compartidos que crean un sentido psicológico de unidad de grupos o clases (Imaginario, 2020).

### **Humildad**

Es el conocimiento de las limitaciones propias y actuar de acuerdo con este conocimiento, es ausencia de soberbia, es una característica de las personas modestas que no se sienten más importantes o mejores que otros (Imaginario, 2020).

Estos son solo algunos de los muchos principios corporativos que pueden guiar el comportamiento y las decisiones de una empresa. Los principios corporativos sólidos son esenciales para construir la confianza y el respeto de los clientes, colaboradores, empleados, accionistas y la sociedad en general.

### **5.3. Estructura organizativa**

**Figura 29** Organigrama estructural de la empresa

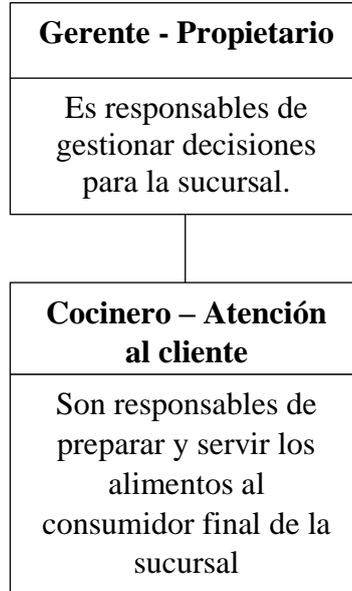


<b>Referencia</b>	<b>Elaborado por</b>	<b>Aprobado por</b>	<b>Fecha</b>
Línea de autoridad 	Luis Malliquinga	Ing. Fernando Silva	4/2/2023

Nota. Malliquinga L. 2023, desarrollo del organigrama estructural del proyecto.

#### 5.4. Estructura funcional

**Figura 30** Organigrama funcional de la empresa



<b>Referencia</b>	<b>Elaborado por</b>	<b>Aprobado por</b>	<b>Fecha</b>
Línea de autoridad	Luis Malliquinga	Ing. Fernando Silva	23/7/2021

Nota. Malliquinga L. 2023, desarrollo del organigrama funcional del proyecto.

## 5.5. Manual de funciones

**Figura 31** *Manual de funciones del cocinero*

	YUMMY FCh	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha	20/abril/2023			
	“Las papas de Luchito”		Página	1	de	2	
			<b>Sustituye</b>				
			Fecha				
			Página		de		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO</b>							
<b>IDENTIFICACIÓN</b>							
<b>Nombre del puesto</b>			<b>COCINERO</b>				
<b>Nivel</b>			Nivel Operativo				
<b>Código</b>			YL001				
<b>Ámbito de operación</b>			Operativo				
<b>RELACIÓN</b>							
<b>Jefe inmediato</b>			Propietario				
<b>Subordinados directos</b>			Atención al cliente				
<b>Funciones del puesto</b>			El Cocinero es el responsable de la cocina, de las tareas relacionadas directamente con la cocina, es decir, la elaboración, preparación y presentación de los platos, es también el responsable de que todos los pedidos se realicen con calidad y en los tiempos adecuados.				
<b>Competencias</b>			Amabilidad Limpieza Tolerancia				
<b>Conocimientos requeridos</b>			Preparación de los alimentos para consumir o para cocinar Comprobar la calidad de la comida Dosificación de los alimentos Controlar la temperatura Condimentar los alimentos y cocinarlos				
<b>Elaborado por</b>			<b>Revisado por</b>		<b>Autorizado por</b>		
Luis Malliquinga			Ing. MBA Fernando Silva		Ing. MBA Fernando Silva		

Nota. Malliquinga L. 2023.

Figura 32 Manual de funciones de atención al cliente

	YUMMY FCh	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha	20/abril/2023			
	“Las papas de Luchito”		Página	2	de	2	
			<b>Sustituye</b>				
			Fecha				
			Página		de		
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO</b>							
<b>IDENTIFICACIÓN</b>							
<b>Nombre del puesto</b>			<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>				
<b>Nivel</b>			Nivel Operativo				
<b>Código</b>			YL002				
<b>Ámbito de operación</b>			Operativo				
<b>RELACIÓN</b>							
<b>Jefe inmediato</b>			Cocinero				
<b>Subordinados directos</b>			n/d				
<b>Funciones del puesto</b>			Garantizar un servicio amable, correcto y, ante todo, profesional al servir a los clientes los platos y bebidas que provienen de la cocina.				
<b>Competencias</b>			Confiable Equilibrado emocionalmente Trabajo en equipo				
<b>Conocimientos requeridos</b>			Encargarse de la preparación de las mesas. Recoger el pedido de los clientes y transmitirlo a la cocina Gestionar posibles reclamaciones Encargarse de la limpieza de las instalaciones y elementos de su área de trabajo en base a la normativa higiene.				
<b>Elaborado por</b>			<b>Revisado por</b>		<b>Autorizado por</b>		
Luis Malliquinga			Ing. MBA Fernando Silva		Ing. MBA Fernando Silva		

Nota. Malliquinga L. 2023.

## CAPÍTULO VI ESTUDIO FINANCIERO

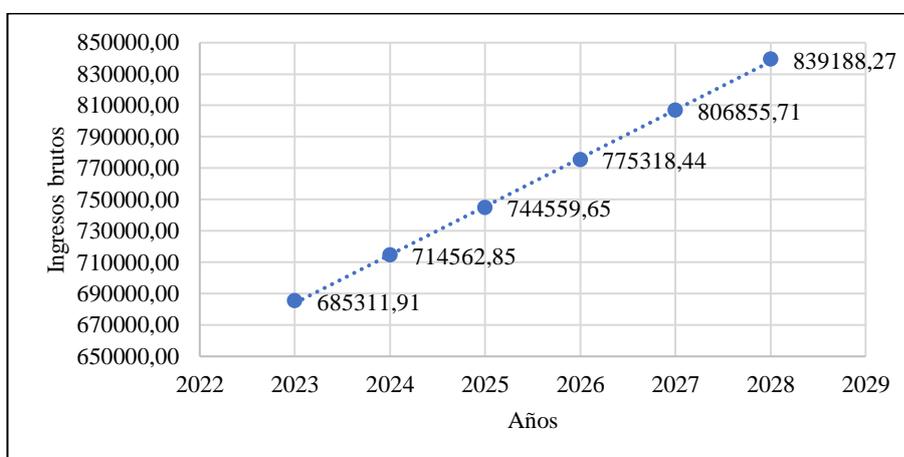
### 6.1. Ingresos brutos

**Tabla 54** *Ingresos brutos*

Año	DPI real (Unidades)	Precio (\$)	Ingresos brutos (\$)
2023	228437	3.00	685311.91
2024	232001	3.08	714562.85
2025	235620	3.16	744559.65
2026	239296	3.24	775318.44
2027	243029	3.32	806855.71
2028	246820	3.40	839188.27

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de los ingresos.

**Figura 33** *Ingresos brutos*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración de los ingresos.

#### **Análisis**

Se utiliza el DPI real del proyecto que es de 228.437 productos los cuales los multiplicamos por el precio obtenido anteriormente en la pregunta 5 de la encuesta realizada y que es el promedio de los precios propuestos a los encuestados y como resultado nos da \$3.00.

Se procede a calcular el valor de los ingresos brutos para el año 2023 que es de \$685311.91 mismos que se proyectan hasta el año 2028 presentándonos un valor de ingresos brutos de \$839188.27 anuales.

## 6.2. Inversiones en activos fijos tangibles

### 6.2.1. Activos fijos

Se definen como activos fijos aquellos bienes que la empresa de una u otra forma utiliza de manera continua a lo largo de sus operaciones, por ende, representan al conjunto de servicios que se recibirán en un futuro de la vida útil de algún bien adquirido, a su vez se define como aquellos que se mantienen en orden durante más de un año y que a su vez se utilizan para llevar a cabo alguna actividad de la organización como por ejemplo terrenos, edificios, equipos, muebles y equipos industriales (Damm, 2019).

Podemos decir que los activos fijos son todos los bienes que la empresa posee y utiliza durante su vida operacional, esto para obtener un rédito económico mediante su actividad comercial.

**Tabla 55 Equipos industriales**

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Precio U (\$)</b>	<b>P. Total (\$)</b>
Freidora automática	2	1600.00	3200.00
Pica papas	2	120.00	240.00
Cocina 3 quemadores	1	1600.00	1600.00
		<b>TOTAL</b>	<b>5040.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de los equipos industriales.

**Tabla 56 Equipos**

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Precio U (\$)</b>	<b>P. Total (\$)</b>
Refrigerador	1	1000.00	1000.00
Refrigerador gaseosas	1	500.00	500.00
Cafetera	1	120.00	120.00
Vitrina temperada	1	800.00	800.00
Mesas	6	50.00	300.00
Sillas	30	10.00	300.00
Licuada	1	160.00	160.00
Tostadora	1	50.00	50.00
Pica legumbres	1	40.00	40.00
Estractor de humo	1	400.00	400.00

Horno microondas	1	140.00	140.00
		<b>TOTAL</b>	<b>3810.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del equipo.

**Tabla 57 Menaje**

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Precio U (\$)</b>	<b>P. Total (\$)</b>
Ollas de acero	3	30.00	90.00
Bandejas de acero	3	50.00	150.00
Cuchillo	3	5.00	15.00
Cucharas	30	1.25	37.50
Tabla para picar	2	6.00	12.00
Baldes de aluminio	4	6.00	24.00
Cernidero metálico	1	2.00	2.00
Cernidero plástico	3	0.50	1.50
Tinas pequeñas	2	3.00	6.00
Tinas grandes	3	6.00	18.00
Mostradores	2	1.50	3.00
Bandejas plásticas	3	2.00	6.00
Frascos de aderezos	20	0.50	10.00
		<b>TOTAL</b>	<b>375.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del menaje.

**Tabla 58 Vehículo**

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Precio U (\$)</b>	<b>P. Total (\$)</b>
Ford Ecosport 2008	1	10000.00	10000.00
		<b>TOTAL</b>	<b>10000.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

**Tabla 59 Equipo de computo**

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Precio U (\$)</b>	<b>P. Total (\$)</b>
Computadora	1	800.00	800.00
Caja	1	90.00	90.00
		<b>TOTAL</b>	<b>890</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del equipo de cómputo.

**Tabla 60** *Total activos fijos*

<b>Cuenta</b>	<b>Valor comercial (\$)</b>
Equipos industriales	5040.00
Equipo	3810.00
Menaje	375.00
Vehículo	10000.00
Equipo de computo	890.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20115.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Análisis**

Para iniciar las actividades comerciales la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” consta con una valoración de activos fijos de \$ 20115.00, es la cuenta con mayo valoración el vehículo en \$ 10000 y equipos industriales con \$ 5040.00.

### **6.3. Inversiones en activos fijos intangibles**

#### **6.3.1. Activos diferidos**

Se denomina a los activos diferidos como todos aquellos bienes o servicios por el cual ya se han realizado algún pago, pero del cual aún no se han disfrutado su uso, los activos diferidos son usados para adquirir diferentes bienes que se usaran en un futuro de tal manera el patrimonio de la empresa se engloba en forma de activos (Galan, 2021).

Los activos diferidos o intangibles se presentan como bienes o servicios previo pago adelantado, de tal manera que su utilización se presenta pendiente para ocupar en un periodo determinado de trabajo de la empresa.

**Tabla 61** *Total activos diferidos*

<b>Descripción</b>	<b>CCA (Cantidad de consumo anual)</b>	<b>Precio U (\$)</b>	<b>P. Total (\$)</b>
Patente municipal	1	50.00	50.00
ARCSA	1	50.00	50.00
Marketing	1	220.00	220.00
Permiso de bomberos	1	20.00	20.00
		<b>TOTAL</b>	<b>340.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

## **Análisis**

Se presenta una inversión anual de \$ 340.00 en activos diferidos, consumos que se los realiza de manera anual mientras la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” mantenga en funcionamiento la sucursal.

## **6.4. Inversión de activo circulante, pasivos circulante y capital de trabajo**

### **6.4.1. Activo corriente**

El activo corriente analiza la rentabilidad y considera proporciones superiores al costo pasivo corriente oportuno. Este es susceptible a la venta o consumo dentro del ciclo de operación y mantener un fin de negociación. Dentro de los activos corrientes se determina a las cuentas en efectivo, cuentas por cobrar, inventarios que puedan ser consumidos, vendidos o intercambiados, activos financieros o tributos (Muñoz Solís & Nuñez Lozada, 2022).

### **Caja – Bancos**

Se define a Caja-Bancos como todos aquellos fondos que de una u otra forma se encuentran en poder de la entidad y son depositados en bancos con total disponibilidad, poseen un poder cancelatorio legal ilimitado y otros con similares características de total liquidez, certeza y efectividad (Jauregui, 2020).

Para el correcto funcionamiento de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” se dispone a utilizar un valor de \$ 1000.00 para los imprevistos que se presenten.

### **Inventario**

Los inventarios son aquello que de una u otra forma están vinculados a las existencias y constituyen recursos inmovilizados temporalmente en donde se da el mantenimiento y conservación asociándose a gastos materiales, por ende, toda aquella organización que se dedica a la compra y venta de mercancías tendrá por función dar origen a todas las operaciones en constante información sobre sus inventarios (Cespedes, Paz, Jimenez, Perez, & Perez, 2021).

### **Ecuación 2 Lote económico**

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * F * u}{C * P}}$$

Donde:

LE: lote económico

2: constante

F: transporte y estiaje

u: consumo anual de unidades de materia prima

C: tasa de interés vigente (2.1 % inflación + riesgo país 12.13 % = 14.23 %) (BCE 2023)

P: precio unitario de compra

### **Lote económico de pollo entero**

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * 20 * 5040}{0.1423 * 2.35}}$$

$$lote\ económico = 776$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 776 kg de pollo entero, mismo que dura 15 días con refrigeración adecuada, se realiza el pedido a proveedores semanalmente por un peso de 105 kg de pollo entero.

$$inventario = lote\ económico * precio\ unitario$$

$$inventario = 105 * 2.35$$

$$inventario = 246.75$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 246.75 y mensual de \$ 987.00.

### **Lote económico de papas**

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * 5 * 10909}{0.1423 * 0.33}}$$

$$lote\ económico = 1524$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 1524 kg de papas, debido al tiempo de duración del producto se ve prudente realizar la compra de manera semanal por un valor de 210 kg.

$$inventario = lote\ económico * precio\ unitario$$

$$inventario = 210 * 0.33$$

$$inventario = 69.30$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 69.30 y mensual de \$ 277.20.

### **Lote económico de mote**

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * 5 * 182}{0.1423 * 2.20}}$$

$$lote\ económico = 76.24$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 76.24 kg de mote.

$$inventario = lote\ económico * precio\ unitario$$

$$inventario = 76.24 * 2.20$$

$$inventario = 167.72$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 3.22 y mensual de \$ 12.88.

#### **Lote económico de arroz**

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * 5 * 182}{0.1423 * 0.88}}$$

$$lote\ económico = 120.55$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 120.55 kg de arroz.

$$inventario = lote\ económico * precio\ unitario$$

$$inventario = 120.55 * 0.88$$

$$inventario = 106.08$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 2.04 y mensual de \$ 8.16.

#### **Lote económico de cebolla paiteña**

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * 5 * 546}{0.1423 * 0.15}}$$

$$lote\ económico = 505.76$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 505.76 kg de cebolla paiteña, debido al tiempo de duración del producto se ve prudente realizar la compra de manera semanal por un valor de 10.5 kg.

$$inventario = lote\ económico * precio\ unitario$$

$$inventario = 10.5 * 0.15$$

$$inventario = 1.57$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 1.57 y mensual de \$ 6.30.

#### **Lote económico de Tomate de riñón**

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * 5 * 30}{0.1423 * 7}}$$

$$lote\ económico = 17$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 17 cajas de tomate de riñón, debido al tiempo de duración del producto se ve prudente realizar la compra de manera semanal por un valor de 0.50 (media caja).

$$inventario = lote\ económico * precio\ unitario$$

$$inventario = 0.50 * 0.7$$

$$inventario = 3.50$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 3.50 y mensual de \$ 14.00.

#### **Lote económico de Cebolla Blanca**

$$lote\ económico = \sqrt{\frac{2 * 5 * 50}{0.1423 * 1}}$$

$$lote\ económico = 59$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 59 atados de cebolla blanca, debido al tiempo de duración del producto se ve prudente realizar la compra de manera semanal por un valor de 1 atado.

$$inventario = lote\ económico * precio\ unitario$$

$$\text{inventario} = 1 * 1$$

$$\text{inventario} = 1$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 1 y mensual de \$ 4.

### **Lote económico de Aji**

$$\text{lote económico} = \sqrt{\frac{2 * 5 * 1200}{0.1423 * 0.75}}$$

$$\text{lote económico} = 335.31$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 237.10 libras de ají, debido al tiempo de duración del producto se ve prudente realizar la compra de manera semanal por un valor de 23.07 libras.

$$\text{inventario} = \text{lote económico} * \text{precio unitario}$$

$$\text{inventario} = 23.07 * 0.75$$

$$\text{inventario} = 34.50$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 17.30 y mensual de \$ 69.21.

### **Lote económico de Huevos**

$$\text{lote económico} = \sqrt{\frac{2 * 1 * 96}{0.1423 * 3.50}}$$

$$\text{lote económico} = 20$$

El cálculo presenta una necesidad por un valor de 20 cubetas de huevos, debido al tiempo de duración del producto se ve prudente realizar la compra de manera semanal por un valor de 2 cubetas.

$$\text{inventario} = \text{lote económico} * \text{precio unitario}$$

$$\text{inventario} = 2 * 3.50$$

$$\text{inventario} = 7.00$$

El inventario de la sucursal de YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una rotación semanal de \$ 7.00 y mensual de \$ 28.00.

**Tabla 62** *Inventario*

<b>Descripción</b>	<b>Inventario (\$)</b>
Pollo	987.00
Papas	277.20
Mote	12.88
Arroz	8.16
Cebolla paiteña	6.30
Tomate de riñón	14.00
Cebolla blanca	4.00
Ají	69.21
Huevos	28.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1406.75</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Cuentas por cobras**

Las cuentas por cobrar son derechos o créditos que posee una empresa y que logra brindar al cliente una cuenta abierta y atractiva para el cliente para fidelizarlos, esto es un préstamo que se transforma a efectivo en un corto plazo (Muñoz Solis & Nuñez Lozada, 2022).

### **Ecuación 3** *Cuentas por cobrar*

$$Cx C = \frac{\text{Ventas}}{360} \times ppr$$

Donde:

Ventas: ingresos brutos

ppr: periodo promedio de recuperación

360: días del año

$$CxC = \frac{685311.91}{360} \times 1$$

$$CxC = 1903.64$$

**Tabla 63** *Total activo corriente*

<b>Cuentas</b>	<b>Valor (\$)</b>
Caja – Bancos	1000.00
Inventario	1406.75
Ctas. Por cobras	1903.64
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4310.39</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

### **Análisis**

En la sucursal YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta un activo corriente de \$4310.39, que corresponde al consolidado del análisis de Caja- Bancos, Inventario, y cuentas por cobrar.

#### **6.4.2. Pasivo corriente**

Conocido también como pasivo corriente se refiere a las obligaciones que posee la empresa con terceros, como: cuentas por pagar, transferencias, retenciones, intereses, entre otras. El pasivo circulante se conforma por deudas que la empresa adquiere para su financiamiento y deben ser saldadas de manera inmediata (Muñoz Solis & Nuñez Lozada, 2022).

Representan todas las deudas que la sucursal ha generado para un tiempo a corto plazo, mismas que deben ser canceladas en un tiempo menor a un año.

#### **Ecuación 4** *Pasivo corriente*

$$Tasa\ circulante = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ corriente}$$

Donde:

Tasa circulante: 2.5

$$2.5 = \frac{4310.39}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Pasivo corriente} = \$ 1724.15$$

Tasa circulante (2,5) es considerada como un valor referencial trazado en el mercado bancario y oficializado por el Banco Central en función de la información proporcionada por las instituciones financieras, a fin de que operen sin percibir beneficios ni generar pérdidas.

### **Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta un pasivo circulante de \$1724.15 calculado mediante la fórmula y utilizar la tasa circulante que es de 2.5, esto indica lo que la empresa adeuda a terceras personas.

### **6.4.3. Capital de trabajo**

El capital de trabajo corresponde a un capital propio que posee la empresa y sirve para empezar con la producción, esta es una inversión que la empresa genera a corto plazo y mide la liquidez de la empresa. El capital de trabajo de la empresa se presenta como el activo circulante que se posee para hacer frente a corto plazo a los acreedores (Muñoz Solís & Nuñez Lozada, 2022).

#### **Ecuación 5** *Capital de trabajo*

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Total activo corriente} - \text{Total pasivo corriente}$$

$$\text{Capital de trabajo} = 4310.39 - 1724.15$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 2586.24$$

### **Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” ha calculado su capital de trabajo mediante la resta del total de activos circulante menos el total pasivo circulante, presenta un valor de \$2586.24 que son considerados a corto plazo.

## 6.5. Resumen de inversiones

### **Ecuación 6** *Inversión inicial*

$$\text{Inversión inicial} = \text{Activo fijo} + \text{Activo diferido} + \text{Capital de trabajo}$$

$$\text{Inversión inicial} = 20115.00 + 340.00 + 2586.24$$

$$\text{Inversión inicial} = \$ 23041.24$$

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una inversión inicial de \$23041.24 por sus activos fijos, diferidos y capital de trabajo correspondiente.

## 6.6. Financiamiento

El financiamiento se logra mediante un crédito o préstamo a través de una entidad financiera confiable, lograr garantizar un capital suficiente o liquidez de la empresa. Es una manera de obtener el dinero suficiente para la adquisición de los servicios y bienes para el funcionamiento de la empresa (Muñoz Solis & Nuñez Lozada, 2022).

El financiamiento para la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” se determinará mediante el capital del propietario con un valor de \$ 8296.97 y con capital financiado por una institución financiera con un valor de \$ 14744.77; esto para llevar a cabo la implementación del proyecto, siempre tener en cuenta las características que las instituciones financieras presentan para este tipo de trámite como pueden ser, el tiempo, intereses, requisitos previos, garantes y demás obligaciones por parte de los solicitantes. Se compara variables entre los Bancos Pichincha, Produbanco y JEP.

**Tabla 64** *Financiamiento*

<b>Proyecto con financiamiento</b>	<b>Monto</b>	<b>% de aportaciones a las fuentes</b>
Capital propio	8296.97	36.01%
Institución financiera	14744.77	63.99%
<b>TOTAL</b>	<b>23041.74</b>	<b>100%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” tienen una inversión inicial de \$ 8296.97 invertido por el propietario como capital inicial que equivale al 36.01%, y se busca financiar el valor faltante en el Banco Pichincha por un valor de \$ 14744.67 que equivale el 63.99% del total de Inversión.

Las instituciones financieras para considerarse en el presente proyecto son:

**Tabla 65** *Comparativo de instituciones financieras*

<b>Institución Financiera</b>	<b>Monto</b>	<b>Tasa Interés Activa</b>	<b>Mese Plazo</b>	<b>Garantes</b>	<b>Entrada</b>
 Banco Pichincha	14744.67	10.43%	60	0	0.00
 Produbanco	14744.67	16.77%	48	1	0.00
 Cooperativa de Ahorro y Crédito					
 “Juventud Ecuatoriana Progresista” LTDA.	14744.67	17.11%	60	1	0.00

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de las instituciones financieras.

Mediante la comparación de las instituciones financieras y tener en cuenta el tiempo, requisitos e intereses se ha tomado en cuenta al Banco Pichincha como fuente para acceder al crédito de financiamiento por el valor restante de la inversión, esta institución ofrece una tasa de interés activa del 10.43%, un plazo de 60 meses y los requisitos para la obtención de este crédito son más exequibles que las otras dos instituciones.

### 6.7. Plan de inversiones

A continuación, se detalla el plan de inversiones que la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” va a realizar:

**Tabla 66 Plan de inversión**

<b>Inversión</b>	<b>Valor (\$)</b>	<b>Valor (%)</b>
Activos fijos	20115.00	87.30%
Activo corriente	340.00	1.48%
Capital de trabajo	2586.24	11.22%
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>23041.24</b>	<b>100%</b>
Capital de Socios	8296.97	36.01%
Institución financiera	14744.77	63.99%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>23041.74</b>	<b>100%</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” tiene una inversión de activos fijos de 87.30%, sus activos corrientes con un valor de 1.48% y en su capital de trabajo presenta un porcentaje de 11.22%; el 100% de este valor será defendido con un capital social propio del 36.01% y el valor restante por un crédito que representa el 63.99% en una institución financiera.

## **6.8. Presupuesto de costos y gastos**

### **Costos de producción**

Se define como costos de producción a todo aquel dinero que es desembolsado por una entidad u organización en el desarrollo de sus actividades, es decir todos aquellos en los que debe incurrir una empresa para el desarrollo de su actividad, como por ejemplo los salarios, alquiler de locales, compra de suministros entre otros (Damm, 2019).

En otras palabras, los costos de producción son todos aquellos que están destinados a mantener un activo en su condición existente o a su vez modificarlo para que vuelva a sus condiciones apropiadas (Qonto, 2020).

Es de gran relevancia el análisis de los costos y gastos, son así consumos que se destinan a la producción de un bien, servicio o actividad, por lo que todo proceso de generar un bien supone un desgaste o consumo de factores productivos; este concepto está ligado a un proceso de costo para producir el bien o producto (Muñoz Solís & Nuñez Lozada, 2022).

## Materia prima

Tabla 67 Materia prima

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)	Unidad de medida	Precio (\$)	Total (\$)
Pollo	5040	Kg	2.35	11844
Papas	10909	Kg	0.33	3599.97
Mote	182	Kg	2.20	400.4
Arroz	182	Kg	0.88	160.16
Cebolla p.	546	Kg	0.15	81.9
Tomate r.	30	Cajas	7.00	210.00
Cebolla b.	50	Atados	1.00	50.00
Ají	1200	Libras	0.75	900.00
Huevos	96	Cubetas	3.50	336.00
			<b>TOTAL</b>	<b>17582.43</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de la materia prima.

## Insumos

Tabla 68 Insumos

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)	Unidad de medida	Precio (\$)	Total (\$)
Salsa t.	120	Galón (450 ml)	1.25	150.00
Maní	44	Kg	3.29	144.76
Aceite	96	Galón (20 litros)	45.00	4320.00
Condimentos	120	Kg	7.00	840.00
Gas	96	Tanque	1.50	144.00
Salsa a.	24	Balde (2000 ml)	11.50	276.00
Sal	273	Kg	0.77	150.00
			<b>TOTAL</b>	<b>6024.76</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de los insumos.

## Materiales indirectos

Tabla 69 Materiales indirectos

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)	Unidad de medida	Precio (\$)	Total (\$)
Contenedores	12000	Unidades	0.07	840.00
Plato d.	18000	Unidades	0.04	720.00

Funda P5	4000	Unidades	0.01	40.00
Funda P2	4000	Unidades	0.01	40.00
Funda 5*6	10800	Unidades	0.01	108.00
Picapapas	10800	Unidades	0.01	108.00
Cuchara t.	12000	Unidades	0.01	120.00
Servilletas	100	Paquetes	0.30	30.00
			<b>TOTAL</b>	<b>2006.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de los materiales indirectos.

## Depreciación

**Tabla 70 Depreciación**

Descripción	Valor comercial	Valor depreciación	Total (\$)
Equipos industriales	5040	10	504.00
Equipo	3810	10	381.00
Menaje	375	10	37.50
Vehículo	10000	5	2000.00
Equipo de computo	890	3	296.66
			<b>TOTAL</b>
			<b>3219.16</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de la depreciación.

## Amortización

**Tabla 71 Amortización**

Descripción	Valor comercial	Años amortización	Valor amortización (\$)
Patente municipal	50	5	10.00
ARCOSA	50	5	10.00
Marketing	220	5	44.00
P. Bomberos	20	5	4.00
			<b>TOTAL</b>
			<b>68.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de la amortización.

## Mantenimiento

**Tabla 72 Mantenimiento**

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Consumo anual	Valor unitario (\$)	Total (\$)
Cocina 3.	1	Unidades	Semestral	20	40.00
Pica papas	2	Unidades	Semestral	5	20.00
Freidora a.	2	Unidades	Semestral	40	160.00

Computadora	1	Unidades	Semestral	20	40.00
Refrigerador	2	Unidades	Semestral	10	40.00
Vitrina.	1	Unidades	Semestral	10	20.00
Licuadaora	1	Unidades	Semestral	20	40.00
				<b>TOTAL</b>	<b>360.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del mantenimiento.

### Mano de obra directa

**Tabla 73** *Mano de obra directa*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Valor unitario (\$)</b>	<b>Total (\$)</b>
Cocinero	1	450.00	5400.00
<b>TOTAL</b>			<b>5400.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Mano de obra indirecta

**Tabla 74** *Mano de obra indirecta*

<b>Descripción</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Valor unitario (\$)</b>	<b>Total (\$)</b>
Atención al cliente	1	225.00	2700.00
<b>TOTAL</b>			<b>2700.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Costo de producción

**Tabla 75** *Costo de producción*

<b>Cuentas</b>	<b>Costo de producción (\$)</b>
Materia prima	17582.43
Insumos	6024.76
Mano de obra directa	5400.00
Mano de obra indirecta	2700.00
Depreciación	3219.16
Amortización	68.00
Mantenimiento	360.00
Materiales indirectos	2006.00
<b>TOTAL</b>	<b>37360.35</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Costo administrativo

Se define a costo administrativos, son costos no técnicos necesarios para el buen funcionamiento de una organización suelen ser fijos, también todos aquellos en los

que una entidad incurre que no están de una u otra forma directamente relacionados o vinculados a una función elemental tal como es la fabricación, la producción o las ventas, es decir estos costos están netamente relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento único e individual (Riquelme, 2019).

Los costos administrativos son todos aquellos que están considerados para el correcto funcionamiento y administración de las diferentes áreas de la empresa; excepto las áreas en las que tienen que ver directamente el brindar el servicio o actividad económica.

### Arriendo

**Tabla 76 Arriendo**

Descripción	Unidad de medida	Mensual (\$)	Anual (\$)
Arriendo	Mensual	350.00	4200.00
		<b>TOTAL</b>	<b>4200.00</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del arriendo.

### Servicios básicos

**Tabla 77 Servicios básicos**

Descripción	CCA (Cantidad de consumo anual)	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Total (\$)
Luz	4000	Kw/h	0.15	600.00
Agua	600	Mc	0.20	120.00
Internet	360	Mbps	1.00	360.00
TV Cable	385	Mbps	0.56	215.60
			<b>TOTAL</b>	<b>1295.60</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle de los servicios básicos.

### Costo administrativo

**Tabla 78 Costo administrativo**

Detalle	Valor
Arriendo	4200.00
Servicios básicos	1295.60
<b>TOTAL</b>	<b>5495.60</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Costo financiero

Son todos los intereses capitalizados, reservas operativas y de servicio de la deuda, costos de emisión, cargos por mejoras crediticias y de liquidez, cualquier elemento de gasto directa o indirectamente pagadero o reembolsable (Cespedes, Paz, Jimenez, Perez, & Perez, 2021).

**Tabla 79** *Costos financieros*

<b>Descripción</b>	<b>Valor préstamo</b>	<b>Mensual (\$)</b>	<b>Anual (\$)</b>
Interés	14744.77	76.98	4618.93
		<b>TOTAL</b>	<b>4618.93</b>

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del interés generado por el préstamo.

### Costos totales

**Tabla 80** *Costos totales*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Costos de Producción	\$37,360.35
Costos Administrativos	\$5,495.60
Costos Financieros	\$4,618.93
<b>TOTAL</b>	<b>\$47,474.88</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

#### 6.8.1. Situación financiera actual

Es un análisis contable que realiza la empresa con el fin de diagnosticar el desempeño de la compañía y así poder tomar nuevas decisiones con el propósito que la empresa cumpla con sus objetivos. Para esto se toma en cuenta el balance general, el cual les permitirá tomar decisiones depende de la situación que se encuentre la empresa (Molina, 2021).

La situación financiera actual de una empresa se la encuentra en el balance general, aquí la empresa puede obtener información sobre sus activos y pasivos, los activos son los bienes que posee la empresa y los pasivos serán las deudas que tienen, al realizar un análisis la empresa podrá ver si la situación en la que se encuentra están bien y son reflejadas con resultados positivos, al ser lo contrario la empresa debe realizar nuevas estrategias y tomas nuevas decisiones (Barreto Granda, 2020).

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta su información financiera mediante el balance general detallado a continuación:

**Tabla 81 Balance General**

**Sucursal YUMMY FCh "Las papas de Luchito"  
BALANCE GENERAL**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
Caja-bancos	\$ 1,000.00	Pasivo Corriente	\$ 1,724.15
Inventario	\$ 1,406.75	<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>	<b><u>\$ 1,724.15</u></b>
Cuentas por cobrar	\$ 1,903.64	<b>Largo Plazo</b>	
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b><u>\$ 4,310.39</u></b>	Préstamo bancario	\$ 14,744.77
<b>Activos fijos</b>		<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b><u>\$ 14,744.77</u></b>
Equipos industriales	\$ 5,040.00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b><u>\$ 16,468.92</u></b>
Equipo	\$ 3,810.00		
Menaje	\$ 375.00		
Equipo de computo	\$ 890.00		
Vehículo	\$ 10,000.00		
(-) Depreciación acumulada	\$ 3,219.16		
<b>TOTAL ACTIVO FIJOS</b>	<b><u>\$ 16,895.84</u></b>		
<b>Activos diferidos</b>			
Permisos legales de funcionamiento	\$ 120.00	Capital	\$ 5,009.31
Marketing	\$ 220.00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b><u>\$ 5,009.31</u></b>
(-) Amortización acumulada	\$ 68.00	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b><u>\$ 21,478.23</u></b>
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b><u>\$ 272.00</u></b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b><u>\$ 21,478.23</u></b>		

Propietaria  
Lic. Jimena Herrera

Contador  
Ing. Rosana Herrera

Nota. Malliquinga L. 2023.

### 6.8.2. Situación financiera proyectada

Consiste en calcular cuales son los estados financieros que mostrara la empresa en el futuro, para esto lo más recomendable es denominar porcentajes de ventas, consiste en realizar los estados financieros proyectados en función de los efectos que tendrán una variación de las ventas. Es donde la empresa se proyectará a un futuro tener ciertas ventas y ganancias (Gonzalez Jimenez, 2019).

En este estado la empresa se proyecta a obtener ciertos ingresos en un determinado tiempo a futuro, incluye costos y gastos que influirán en sus operaciones, para finalmente mostrar un resultado al llegar al tiempo que se determinó, donde verán las ganancias o pérdidas que obtuvo la empresa y si cumplió con lo proyectado (Zeledon Cubillo & Vargas Bermudez, 2020).

**Tabla 82 Situación financiera proyectada**

**Sucursal YUMMY FCh "Las papas de Luchito"  
ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADA**

	Año base	2024	2025	2026	2027
<b>ACTIVO</b>					
<b>Circulantes</b>	\$ 4,310.39	\$ 4,452.63	\$ 4,599.57	\$ 4,751.36	\$ 4,908.15
Caja-bancos	\$ 1,000.00	\$ 1,033.00	\$ 1,067.09	\$ 1,102.30	\$ 1,138.68
Inventario	\$ 1,406.75	\$ 1,453.17	\$ 1,501.13	\$ 1,550.66	\$ 1,601.84
Cuentas por cobrar	\$ 1,903.64	\$ 1,966.46	\$ 2,031.35	\$ 2,098.39	\$ 2,167.63
<b>Tangibles</b>	\$ 16,895.84	\$ 17,559.64	\$ 18,245.34	\$ 18,953.66	\$ 19,685.37
Equipos industriales	\$ 5,040.00	\$ 5,206.32	\$ 5,378.13	\$ 5,555.61	\$ 5,738.94
Equipo	\$ 3,810.00	\$ 3,935.73	\$ 4,065.61	\$ 4,199.77	\$ 4,338.37
Menaje	\$ 375.00	\$ 387.38	\$ 400.16	\$ 413.36	\$ 427.00
Equipo de computo	\$ 890.00	\$ 919.37	\$ 949.71	\$ 981.05	\$ 1,013.42
Vehículo	\$ 10,000.00	\$ 10,330.00	\$ 10,670.89	\$ 11,023.03	\$ 11,386.79
(-) Depreciación acumulada	\$ 3,219.16	\$ 3,219.16	\$ 3,219.16	\$ 3,219.16	\$ 3,219.16
<b>Diferidos</b>	\$ 272.00	\$ 283.22	\$ 294.81	\$ 306.78	\$ 319.15
Permisos legales de funcionamiento	\$ 120.00	\$ 123.96	\$ 128.05	\$ 132.28	\$ 136.64
Marketing	\$ 220.00	\$ 227.26	\$ 234.76	\$ 242.51	\$ 250.51
(-) Amortización acumulada	\$ 68.00	\$ 68.00	\$ 68.00	\$ 68.00	\$ 68.00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 21,478.23</b>	<b>\$ 22,295.49</b>	<b>\$ 23,139.72</b>	<b>\$ 24,011.80</b>	<b>\$ 24,912.67</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>Circulante</b>	\$ 1,724.15	\$ 1,781.05	\$ 1,839.82	\$ 1,900.54	\$ 1,963.25
Pasivo Corriente	\$ 1,724.15	\$ 1,781.05	\$ 1,839.82	\$ 1,900.54	\$ 1,963.25
<b>Largo Plazo</b>	\$ 14,744.77	\$ 11,795.80	\$ 8,846.85	\$ 5,897.95	\$ 2,449.05
Préstamo bancario	\$ 14,744.77	\$ 11,795.80	\$ 8,846.85	\$ 5,897.95	\$ 2,449.05
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 16,468.92</b>	<b>\$ 13,576.85</b>	<b>\$ 10,686.67</b>	<b>\$ 7,798.49</b>	<b>\$ 4,412.30</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	\$ 5,009.31	\$ 8,718.64	\$ 9,006.36	\$ 9,303.57	\$ 9,610.58
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 5,009.31</b>	<b>\$ 8,718.64</b>	<b>\$ 12,453.04</b>	<b>\$ 16,213.32</b>	<b>\$ 20,500.36</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 21,478.23</b>	<b>\$ 22,295.49</b>	<b>\$ 23,139.72</b>	<b>\$ 24,011.80</b>	<b>\$ 24,912.67</b>

Propietaria  
Lic. Jimena Herrera

Contador  
Ing. Rosana Herrera

Nota. Malliquinga L. 2023.

### 6.8.3. Presupuesto de ingresos

Los presupuestos de ingresos de un proyecto son estimaciones de los ingresos que se generarán durante la realización del proyecto; estos presupuestos se basan en un análisis de los costos y los precios de mercado para productos y servicios similares.

**Tabla 83** *Presupuesto de ingresos*

<b>Año</b>	<b>DPI real</b>	<b>Precio (\$)</b>	<b>Ingresos mensuales</b>	<b>Ingresos anuales</b>
2023	228437	\$3.00	\$57,109.33	\$685311.91
2024	232001	\$3.08	\$59,546.90	\$714562.85
2025	235620	\$3.16	\$62,046.64	\$744559.65
2026	239296	\$3.24	\$64,609.87	\$775318.44
2027	243029	\$3.32	\$67,237.98	\$806855.71
2028	246820	\$3.40	\$69,932.36	\$839188.27

Nota. Malliquinga L. 2023, detalle del presupuesto de ingresos.

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” ha generado un presupuesto de ingresos para el año 1 de \$714562.85 realizado en base al DPI real multiplicado por el precio estimado del producto, y este valor proyectado durante el periodo de funcionamiento del proyecto hasta el año 2028.

Es importante recordar que los presupuestos de ingresos son solo estimaciones; siempre hay una incertidumbre asociada al éxito de un proyecto y los ingresos pueden variar de lo previsto.

#### 6.8.4. Estado de resultados proyectado

**Tabla 84** Estado de resultados proyectado

Sucursal YUMMY FCh "Las papas de Luchito"  
ESTADO DE RESULTADOS

	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	\$ 714,562.85	\$ 744,559.65	\$ 775,318.44	\$ 806,855.71	\$ 839,188.27
(-) Costos de Producción	\$ 38,593.24	\$ 39,866.82	\$ 41,182.42	\$ 42,541.44	\$ 43,945.31
(=) <b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 675,969.61</b>	<b>\$ 704,692.83</b>	<b>\$ 734,136.02</b>	<b>\$ 764,314.27</b>	<b>\$ 795,242.96</b>
(-) Costos Administrativos	\$ 5,676.95	\$ 5,864.29	\$ 6,057.82	\$ 6,257.72	\$ 6,464.23
(-) Costos Financieros	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79
(=) <b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 669,368.87</b>	<b>\$ 697,904.75</b>	<b>\$ 727,154.42</b>	<b>\$ 757,132.76</b>	<b>\$ 787,854.94</b>
(-) Impuesto a la renta personal natural MIPYME 2%	\$ 13,387.38	\$ 13,958.09	\$ 14,543.09	\$ 15,142.66	\$ 15,757.10
(=) <b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>\$ 655,981.49</b>	<b>\$ 683,946.65</b>	<b>\$ 712,611.33</b>	<b>\$ 741,990.11</b>	<b>\$ 772,097.85</b>
(-) Reparto Utilidades trabajadores 15%	\$ 98,397.22	\$ 102,592.00	\$ 106,891.70	\$ 111,298.52	\$ 115,814.68
(=) <b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 557,584.27</b>	<b>\$ 581,354.65</b>	<b>\$ 605,719.63</b>	<b>\$ 630,691.59</b>	<b>\$ 656,283.17</b>
(+) Cargo Depreciación y Amortización	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16
(-) Pago de principales	\$ 2,948.93	\$ 2,948.93	\$ 2,948.93	\$ 2,948.93	\$ 2,948.93
(=) <b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ 557,922.50</b>	<b>\$ 581,692.88</b>	<b>\$ 606,057.85</b>	<b>\$ 631,029.82</b>	<b>\$ 656,621.39</b>



Propietaria

Lic. Jimena Herrera



Contador

Ing. Rosana Herrera

Nota. Malliquinga L. 2023.

## 6.8.5. Flujo de caja

**Tabla 85 Flujo de caja**  
**Sucursal YUMMY FCh "Las papas de Luchito"**  
**FLUJO DE CAJA**

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 23,041.64</b>	<b>\$ 714,562.85</b>	<b>\$ 744,559.65</b>	<b>\$ 775,318.44</b>	<b>\$ 806,855.71</b>	<b>\$ 839,188.27</b>
(+) Recursos propios	\$ 8,296.97	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recursos ajenos	\$ 14,744.67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Ingresos por ventas	<u>\$ -</u>	<u>\$ 714,562.85</u>	<u>\$ 744,559.65</u>	<u>\$ 775,318.44</u>	<u>\$ 806,855.71</u>	<u>\$ 839,188.27</u>
<b>(-) EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 44,270.20</b>	<b>\$ 45,731.11</b>	<b>\$ 47,240.24</b>	<b>\$ 48,799.17</b>	<b>\$ 50,409.54</b>
(+) Costos de Producción	\$ -	\$ 38,593.24	\$ 39,866.82	\$ 41,182.42	\$ 42,541.44	\$ 43,945.31
(+) Costos Administrativos	<u>\$ -</u>	<u>\$ 5,676.95</u>	<u>\$ 5,864.29</u>	<u>\$ 6,057.82</u>	<u>\$ 6,257.72</u>	<u>\$ 6,464.23</u>
<b>(-) OTROS EGRESOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2,948.93</b>				
Pago de principales	<u>\$ -</u>	<u>\$ 2,948.93</u>				
<b>(=) FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 23,041.64</b>	<b>\$ 667,343.72</b>	<b>\$ 695,879.60</b>	<b>\$ 725,129.27</b>	<b>\$ 755,107.61</b>	<b>\$ 785,829.80</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
(+) Créditos a contratarse a largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-) EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 923.79</b>				
(+) Interés pago de créditos a largo plazo	\$ -	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79
Otros egresos	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>
<b>(=) FLUJO NO OPERACIONAL</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 923.79</b>				
<b>(=) FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b><u>\$ 23,041.64</u></b>	<b><u>\$ 666,419.94</u></b>	<b><u>\$ 694,955.81</u></b>	<b><u>\$ 724,205.48</u></b>	<b><u>\$ 754,183.83</u></b>	<b><u>\$ 784,906.01</u></b>



Propietaria

Lic. Jimena Herrera



Contador

Ing. Rosana Herrera

Nota. Malliquinga L. 2023.

## 6.9. Punto de equilibrio

Es el volumen de producción y ventas por el cual se realiza una comparación con el ingreso y costos totales, donde se podrá visualizar en qué momento la empresa obtuvo su punto de equilibrio entre ambas cuentas y tener una igualdad, se la representa gráficamente (Padilla Ramirez, 2019).

Estudia el comportamiento y la relación entre ingresos y costos totales, a medida que ocurren cambios en las unidades vendidas, el precio de venta, el costo variable por unidad o los costos fijos de un producto (Fernandez Bedoya, 2018).

El punto de equilibrio permite conocer el nivel de unidades vendidas y el nivel de ingresos y gastos que la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” debe tener para que existan pérdidas y también que la empresa presente mejores utilidades en base a los costos fijos y variables que se detallan a continuación:

**Tabla 86** *Costos fijos y variables*

<b>Detalle</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>Valor (\$)</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Valor (\$)</b>
<b>Costos de Producción</b>	Amortización y depreciación	\$3,287.16	Materia prima	\$17,582.43
	Mantenimiento	\$360.00	Insumos	\$6,024.76
			Mano de obra directa	\$5,400.00
			Mano de obra indirecta	\$2,700.00
			Materiales indirectos	\$2,006.00
<b>Costos Administrativos</b>	Arriendo	\$4,200.00		
	Servicios básicos	\$1,295.60		
<b>Costos Financieros</b>	Interés préstamo bancario	\$923.79		
<b>TOTAL</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$10,066.55</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$33,713.19</b>

Nota. Malliquinga L. 2023.

### 6.9.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias

**Ecuación 7** *Punto de equilibrio en unidades monetarias*

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{PVP}}$$

En donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CVU: Costo de valor unitario

PVP: Precio de venta al publico

$$PE = \frac{10066.55}{1 - \frac{1.75}{3}}$$

$$PE = \frac{10066.55}{0.416}$$

$$PE = \$24159.72$$

### Análisis

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta su punto de equilibrio en dólares, este valor es de \$ 24159.72 en referencia a las ventas que se deben realizar para recuperar la inversión inicial y mantenerse en el mercado.

### 6.9.2. Punto de equilibrio en unidades de producción

**Ecuación 8** *Punto de equilibrio en unidades de producción*

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

En donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CVU: Costos variables unitarios  $\frac{33713.19}{(1600*12)} = 1.75$

PVU: Precio de venta unitario

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{10066.55}{3.00 - 1.75}$$

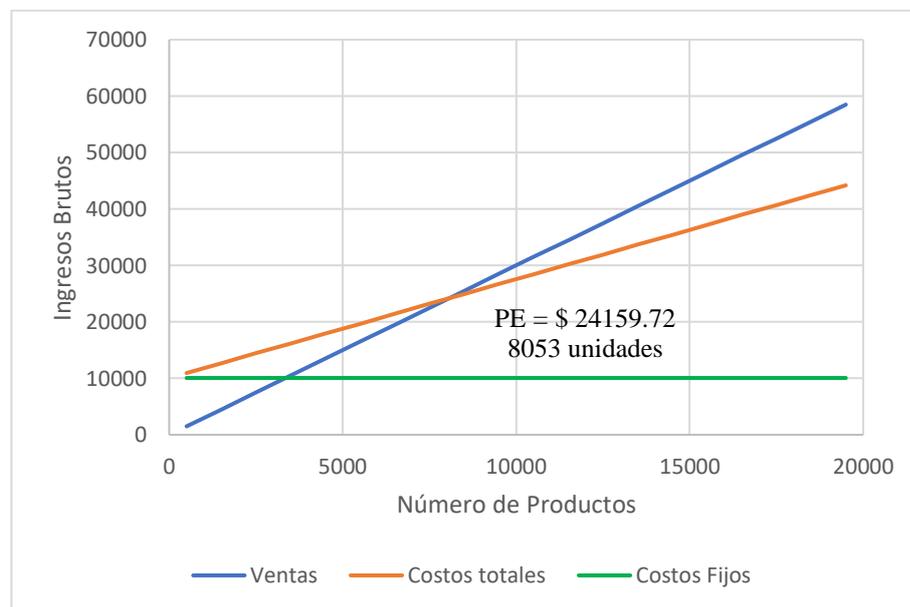
$$PE = 8053 \text{ unidades}$$

### Análisis

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta su punto de equilibrio en unidades, este valor es de 8053 unidades en referencia al número de platos que debe vender para recuperar la inversión inicial y mantenerse en el mercado.

### 6.9.3. Punto de equilibrio graficado

**Figura 34** *Punto de equilibrio*



Nota. Malliquinga L. 2023, ilustración del punto de equilibrio.

### 6.10. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación del proyecto

La tasa de descuento se puede dar en los flujos de fondos o flujo de caja de un proyecto ya que mide el coste de oportunidad de los fondos y recursos que se utilizan en el mismo para su realización. Los fondos se obtienen básicamente del mercado de capitales, o uso de fondos propios o mediante toma de deuda para financiar parte del proyecto. Para esto se van alternativas para su evolución las cuales serán el cálculo de

una tasa determinada para descontar los flujos de fondos del proyecto debe tener en cuenta: el flujo al que se va a descontar, en relación con lo que representa; el flujo que se va a descontar, en relación con qué información contiene; y el costo relevante para cada decisor del proyecto (Herrera Garcia, 2019).

La tasa de descuento es el costo del capital de la empresa se la utiliza para determinar el valor de un pago futuro, es muy utilizada para evaluar proyectos. La tasa de descuento tiene dos componentes básicos: la tasa libre de riesgo, que toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo y una prima por riesgo que ha de compensar el riesgo adicional de la inversión. El costo promedio ponderado de capital se define como costo promedio de las diferentes fuentes de financiamiento (Molina & Del Carpio, 2019).

La tasa de descuento es un valor utilizado en la valoración de proyectos o inversiones, que refleja la tasa de rentabilidad mínima esperada para aceptar dicha inversión; en otras palabras, si una inversión permite obtener una tasa de retorno superior a la tasa de descuento, entonces se considera una inversión rentable; la tasa de descuento tiene en cuenta la inflación esperada, el riesgo asociado a la inversión y otras variables que puedan afectar su rendimiento

Generalmente, el valor de la tasa de descuento se determina por el costo de oportunidad de la inversión, es decir, el beneficio que se obtendría si se invirtiera en la mejor alternativa disponible en ese momento

En resumen, la tasa de descuento es una herramienta importante para valorar proyectos e inversiones y permite comparar diferentes opciones de inversión para determinar cuál es la más rentable en términos de rendimiento y beneficios.

### **Referencia**

Tasa del 1 al 10 = Riesgo bajo

Tasa del 11 al 20 = Riesgo medio

Tasa de mayor a 20 = Riesgo alto

### 6.10.1. Calculo Tmar1 sin financiamiento

#### Ecuación 9 *Tmar1 sin financiamiento*

$$Tmar1 = i + f$$

En donde:

Tmar: Tasa mínima aceptable de rendimiento

i: Riesgo país 1.859 puntos (Banco Central de Ecuador 2023)

f: Inflación acumulada 0.12% (Boletín Técnico IPC N° 01-2023-IPC INEC 2023)

$$Tmar1 = 0.1859 + 0.12$$

$$Tmar1 = 0.3059$$

$$Tmar1 = 30.59 \%$$

### 6.10.2. Calculo Tmar2 sin financiamiento

#### Ecuación 10 *Tmar2 sin financiamiento*

$$Tmar2 = i + f(2)$$

En donde:

Tmar: Tasa mínima aceptable de rendimiento

i: Riesgo país 1.859 puntos (Banco Central de Ecuador 2023)

f: Inflación acumulada 0.12% (Boletín Técnico IPC N° 01-2023-IPC INEC 2023)

$$Tmar2 = 0.1859 + 0.12 (2)$$

$$Tmar2 = 0.4259$$

$$Tmar2 = 42.59 \%$$

### Análisis

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una tasa de rendimiento de 30.59 % y 42.59 % son tasas bajas para los nuevos inversionistas, ya

que la tasa activa referencial del Banco Central del Ecuador para marzo del 2023 en lo referente a PYME es de 10.46 %.

### 6.10.3. Calculo Tmar1 global mixto

**Tabla 87 Tmar1 global**

Proyección con financiamiento	Monto	% de aportación a las fuentes	Tmar anual	Ponderación
<b>Capital propio</b>	\$ 8296.97	36.01%	0.3059	0.1529
<b>Inversión financiera</b>	\$ 14744.77	63.99%	0.1046	0.0523
<b>TOTAL</b>	\$ 23041.74	100%	0.4105	0.2052
			%	20.52%

Nota. Malliquinga L. 2023.

#### Análisis

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una tasa mínima de rendimiento de 20.52% para inversionistas, esto quiere decir que la empresa debe obtener por lo menos \$ 4728.16 para devengar a los propietarios por 36.01% y 63.99% por intereses financieros.

### 6.10.4. Calculo Tmar2 global mixto

**Tabla 88 Tmar2 global**

Proyección con financiamiento	Monto	% de aportación a las fuentes	Tmar anual	Ponderación
<b>Capital propio</b>	\$ 8296.97	36.01%	0.4259	0.2129
<b>Inversión financiera</b>	\$ 14744.77	63.99%	0.1043	0.0521
<b>TOTAL</b>	\$ 23041.74	100%	0.1262	0.265
			%	26.5%

Nota. Malliquinga L. 2023.

#### Análisis

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una tasa mínima de rendimiento de 26.5% para inversionistas, esto quiere decir que la empresa debe obtener por lo menos \$ 6106.06 para devengar a los propietarios por 36.01% y 63.99% por intereses financieros.

### 6.11. Valor presente neto o valor neto actual (VAN)

El Valor Actual Neto es un indicador que mide la rentabilidad de un proyecto de inversión aplicar la diferencia entre las salidas y entradas de dinero que ocurren durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija (Universidad Santo Tomas, Estudio de mercado, 2019).

El VAN es un indicador que muestra la riqueza adicional que genera un proyecto luego de cubrir todos sus costos en un horizonte determinado de tiempo, es decir, se analiza una inversión, lo mínimo que se debe obtener es: cubrir sus costos (Carrillo, 2019).

El valor neto actual es un indicador utilizado en la evaluación de proyectos de inversión que permite determinar la rentabilidad de una inversión a lo largo del tiempo; el valor neto actual se calcula a partir de los flujos de caja esperados en el futuro, ajustados por una tasa de descuento que representa el costo del capital o la rentabilidad mínima que se espera obtener; en otras palabras, el VAN es la diferencia entre el valor actual de los flujos de caja futuros y el costo de la inversión inicial.

#### 6.11.1. Calculo VAN1

Para el presente cálculo se toma como referencia la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento 1 (Tmar1 global) es decir 20.52%.

##### Ecuación 11 VAN1

$$VAN1 = - Inversion\ inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN1 = - 23041.24 + \frac{557922.50}{(1 + 0.2052)^1} + \frac{581692.88}{(1 + 0.2052)^2} + \frac{606057.85}{(1 + 0.2052)^3} + \frac{631029.82}{(1 + 0.2052)^4} + \frac{656621.39}{(1 + 0.2052)^5}$$

$$VAN1 = - 23041.24 + 462929.39 + 400475.08 + 346207.69 + 299097.92 + 258237.56$$

$$VAN1 = \$1,743,905.90$$

## Análisis

El valor neto actual permite tener en cuenta el valor temporal del dinero, al valorar de manera equivalente los flujos de caja que se obtendrán en distintos momentos en el futuro, permite de esta manera la toma de decisiones de inversión, ya que ayuda a comparar diferentes opciones y evaluar su rentabilidad en función de la tasa de descuento seleccionada con una tasa de rendimiento del 20.52 %, su valor durante la vida del proyecto será de \$1,743,905.90.

### 6.11.2. Calculo VAN2

Para el presente cálculo se toma como referencia la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento 2 (Tmar2 global) es decir 26.5%.

#### *Ecuación 12 VAN2*

$$VAN2 = - Inversion\ inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN2 = - 23041.24 + \frac{557922.50}{(1+0.265)^1} + \frac{581692.88}{(1+0.265)^2} + \frac{606057.85}{(1+0.265)^3} + \frac{631029.82}{(1+0.265)^4} + \frac{656621.39}{(1+0.265)^5}$$

$$VAN2 = - 23041.24 + 441,045.45 + 363506.93 + 299393.60 + 246426.71 + 202704.04$$

$$VAN2 = \$1,530,034.99$$

## Análisis

Al ser el valor actual neto calculado mayor a cero se puede concluir que el proyecto es factible para su aplicación, con una tasa de rendimiento del 26.5%, su valor durante la vida del proyecto será de \$1,530,034.99.

### 6.12. Indicadores financieros

#### 6.12.1. Índice de solvencia

**Ecuación 13 Solvencia**

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{21478.23}{16468.92}$$

$$\text{Solvencia} = \$1,30$$

**Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una capacidad de recuperación de \$1.30 por cada dólar invertido.

**6.12.2. Índice de liquidez**

**Ecuación 14 Liquidez**

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{4310.39}{1724.15}$$

$$\text{Liquidez corriente} = \$2.50$$

**Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta un valor de \$2.50 en respaldo de sus obligaciones de pago por cada dólar registrado en sus cuentas por pagar.

**6.12.3. Índice de endeudamiento**

**Ecuación 15 Endeudamiento**

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{16468.92}{21478.23} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 76.67 \%$$

### **Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta un porcentaje de participación con los acreedores con un valor de 76.67%.

#### **6.12.4. Índice de apalancamiento**

##### **Ecuación 16 Apalancamiento**

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{16468.92}{5009.31}$$

$$\text{Apalancamiento} = 3.28 \text{ veces}$$

### **Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta un porcentaje de compromiso hacia los acreedores mayor a 1, esto indica que se puede recomendar que la empresa financie su actividad mediante deuda con los acreedores ya que la utilidad va a ser más redituable.

#### **6.13. Tasa beneficio – costo**

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación que existe entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión, tal como la creación de una nueva empresa o el lanzamiento de un nuevo producto, con el fin de conocer su rentabilidad (Barreto Granda, 2020).

El análisis costo/beneficio mide la relación entre el coste por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta; este concepto se desarrolla en el mundo empresarial y de los negocios, pero también con otro tipo de actividades como

son las operaciones en Bolsa (Silva Ordoñez, Medina Chicaiza, & Sarzosa Rivera , 2016).

La tasa beneficio – costo ayuda a conocer si el proyecto de inversión va a ser redituable en base a los costos y beneficios que se presenten durante su creación y vida útil.

$B/C > 1$  = Proyecto aceptable

$B/C = 0$  = Proyecto postergado

$B/C < 0$  = Proyecto no aceptable

**Ecuación 17** *Relación beneficio / costo*

$$\text{Relación } B/C = \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$\text{Relación } B/C = \frac{\sum 3880484.92}{\sum 241069.19}$$

$$\text{Relación } B/C = 16.09$$

### **Análisis**

La Relación B/C nos permite saber que por cada dólar que se invierta en la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” se obtendrá un beneficio de \$ 16.09 referente a la recuperación de la inversión para su creación.

### **6.14. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial (Miranda Tufiño, 2018).

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez

del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo (Medina Cárdenas, 2020).

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador financiero que se utiliza para evaluar el tiempo que tardará una inversión en recuperar el capital invertido inicialmente; en otras palabras, es el tiempo que se tardará en igualar el flujo de caja neto acumulativo generado por el proyecto con el monto de la inversión inicial; para calcular el PRI de un proyecto, se debe sumar el flujo de caja neto acumulado de cada año hasta que la suma sea igual al monto de la inversión inicial; el resultado será el número de años necesarios para recuperar la inversión.

**Ecuación 18** *Periodo de recuperación de inversión*

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Numero de años}}}$$

$$PRI = \frac{\frac{23041.74}{3033324.44}}{5}$$

$$PRI = 0.0379$$

$$0,0379 * 12 \text{ meses} = 0.4548$$

$$0.4548 * 30 \text{ días} = 13.64 \text{ días}$$

$$0.64 * 24 \text{ horas} = 15 \text{ horas } 36 \text{ minutos}$$

El período de recuperación de la inversión del proyecto de emprendimiento de la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” es de 13 días con 15 horas y 36 minutos.

### **6.15. Tasa interna de retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno es uno de los métodos de evaluación de proyectos de inversión más utilizados en empresas. Sirve para determinar la viabilidad a la hora de encarar alternativas de inversión (Gonzalez Jimenez, Investigacion Financiera, 2019).

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto (Soto Gonzalez & Fajardo Ortiz, 2020).

La tasa interna de retorno es otro indicador financiero utilizado para evaluar la rentabilidad de un proyecto o inversión; es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto de los flujos de caja futuros de un proyecto sea igual a cero; en otras palabras, la TIR es la tasa de rendimiento que produce un flujo de caja neto igual a cero, lo que significa que los ingresos son iguales a los costos; esta tasa representa la tasa de crecimiento que se espera que el proyecto genere.

**Ecuación 19** *Tasa interna de retorno*

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left( \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 0.2052 + (0.265 - 0.2052) \left( \frac{1743905.90}{1743905.90 - 1530034.99} \right)$$

$$TIR = 0.2052 + (0.0598)(8.154)$$

$$TIR = 0.6928 * 100$$

$$TIR = 69.28\%$$

**Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una tasa interna de retorno de 69.28%, durante los 5 años de vida útil, está por encima de la tasa mínima aceptable, se presenta como asequible para los inversionistas con un margen de ganancia y rentabilidad favorable para ellos.

**6.16. Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad es una técnica que estudia el impacto que tiene sobre una variable dependiente de un modelo financiero las variaciones en una de las variables independientes que lo conforman (Serna, 2020).

El análisis de sensibilidad es una herramienta de gestión que permite a las organizaciones predecir los resultados de un proyecto, ayuda a comprender las incertidumbres, las limitaciones y los alcances de un modelo de decisión (Chiavenato, 2021).

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” genera un análisis de sensibilidad para evitar posibles desmanes o riesgos al momento de realizar una inversión tomar en cuenta un escenario optimista con un crecimiento del 20% y un escenario pesimista con un decremento del 20%, se proyecta el flujo de caja en base al estado de resultados realizado anteriormente y se procede a realizar los cálculos nuevamente con su respectivo análisis, al final se realiza una tabla comparativa con el escenario real.

### 6.16.3. Cuadro de sensibilidad

**Tabla 89** Cuadro de sensibilidad

Variaciones	Escenario optimista	Valor	Escenario real	Escenario pesimista	Valor
<b>Valor actual neto 1</b>	(+) 20 %	\$2,098,815.81	\$1,743,905.90	(-) 20 %	\$1,345,492.47
<b>Valor actual neto 2</b>	(+) 20 %	\$1,841,988.39	\$1,530,034.99	(-) 20 %	\$1,179,814.04
<b>Tasa interna de retorno</b>	(+) 20 %	69.39%	69.28%	(-) 20 %	69.08%
<b>Relación beneficio / costo</b>	(+) 20 %	\$16.30	\$16.09	(-) 20 %	\$10.86
<b>Periodo interno de recuperación</b>	(+) 20 %	11 días 9 horas 24 min	13 días 15 horas 36 min	(-) 20 %	17 días 15 horas 36 min

Nota. Malliquinga L. 2023.

Mediante la realización de los cálculos y haber generado dos escenarios para el proyecto se puede colegir que el valor actual neto del emprendimiento en los dos escenarios establecidos asegura que los inversionistas podrán recuperar su capital y ganancia en el desarrollo, establecimiento y vida activa del proyecto.

En lo referente a la tasa interna de retorno en el escenario optimista es de 69.39% y del pesimista es de 69.08% presentándose los dos escenarios mayores a cero, el Tmar presenta porcentajes favorables para la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” ya que de este modo se podrá recuperar la inversión, y asegura la vida laboral del mismo.

En cuanto a la relación beneficio costo en el escenario optimista se presenta con un valor de \$16.30 y el escenario pesimista con un valor de \$10.86 esto permite asumir que el proyecto generara ganancias por cada dólar invertido para su creación y funcionamiento durante su vida útil, a su vez el período de recuperación de la inversión en un escenario optimista es de 11 días con 9 horas y 24 minutos y el pesimista de 17 días con 15 horas y 36 minutos.

## **CAPÍTULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1. Conclusiones**

Al llevar a cabo esta investigación de las necesidades o deseos que se presentan en una sociedad se logró identificar una oportunidad creciente en la ciudad de Ambato, a partir de la correcta aplicación de árbol de problemas y soluciones se pudo establecer una idea de emprendimiento aplicable al problema que se presenta al momento de adquirir un menú de comida rápida, y lo tedioso que es adquirirlo de manera rápida y satisfactoria.

La empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” vio conveniente establecer una sucursal dedicada a elaborar y comercializar comida rápida en la ciudad de Ambato y que disponga de un menú de comida rápida diferente al convencional, que cumpla con las expectativas y deseos de los clientes, ya que existen muchos locales de comida rápida pero en ninguno se proporciona un menú diferente y el tiempo de atención es demasiado lento, con esta propuesta se desea brindar un producto único y de manera eficaz y eficiente y aseguraría la fidelización del mercado objetivo con nuestro producto a precios asequibles.

El estudio de mercado realizado permitió conocer el producto que vamos a comercializar, la oferta y demanda que se presenta en el mercado, el mercado potencia por satisfacer, establecer los precios y desarrollar los canales de distribución y comercialización que el proyecto podría utilizar para su funcionamiento, todo esto solventado con un análisis FODA y con estrategias elaboradas para alcanzar el objetivo del proyecto que es el de mantenerse en el mercado y a la vez ser solvente, generar ganancias y ser una fuente de trabajo en la localidad y para sus colaboradores.

Mediante una correcta selección de la ubicación del proyecto y tomando en cuenta todos los factores que son indispensables para el correcto funcionamiento de este se estableció que la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” estará ubicada en la zona centro de la ciudad de Ambato; se detalló toda la ingeniería que conlleva el proceso para realizar la actividad comercial del proyecto, un correcto

diseño de lay-out que permita minimizar tiempos al momento de proporcionar el servicio.

La logística organizacional que requiere la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” fue tomada de la matriz, que ya contaba con toda esta información necesaria referente a logotipo, eslogan, misión, visión, valores, etc., se diseñó el organigrama estructural para la sucursal que permita funcionar adecuadamente y para complementar se elaboró el manual de funciones que delimite todas las actividades para delegar funciones a cada colaborador.

Para finalizar se llevó a cabo un estudio financiero detallado del proyecto, en el cual se estableció lo necesario para el correcto funcionamiento de la empresa, activos, pasivos y capital en cuanto a la contabilidad del proyecto, en base a estos datos se realizó los cálculos para poder determinar si el proyecto es factible para su aplicación tanto en el escenario real, el escenario favorable con un +20% y el escenario desfavorable con un -20% el proyecto se presenta rentable y factible para su aplicación, de esta manera asegurar así la inversión que se vaya a realizar para su desarrollo.

## **7.2. Recomendaciones**

Es recomendable aplicar correctamente la identificación de los problemas y necesidades que se presentan en una sociedad, tomar en cuenta todos los detalles presentes en la información recopilada y que estos sean verídicos y reales, para que de esta manera las soluciones sean funcionales y aplicables, que permitan que el proyecto sea viable.

Se debe tomar en cuenta la descripción de los emprendimientos, la información, objetivos, beneficiarios que intervienen para llegar a los resultados establecidos, es muy necesario e importante establecer las bases adecuadas para la elaboración del proyecto, es por ello por lo que se debe obtener información relevante y que sean de fuentes confiables.

Además, se debe considerar los cambios que se dan en las necesidades del consumidos, de esta manera poder cumplir las expectativas y evitar así que los clientes busquen

otras alternativas, por lo cual es recomendable establecer un correcto estudio de mercado y actualizar el plan de marketing que permita llegar a todos los segmentos de mercado presentes.

Por otra parte, se recomienda mantener actualizado y en correcto funcionamiento todos los equipos industriales y el área de trabajo de la empresa, esto permite mantener la calidad y los tiempos cortos para realizar la venta de la comida rápida, y brindar un servicio adecuado a todos los clientes.

Para desarrollar un sentimiento de pertenencia con la empresa es recomendable socializar toda la información referente a la filosofía organizacional (logotipo, eslogan, misión, visión, valores, etc.), para que el desempeño de los trabajadores sea acorde a las expectativas que tiene la empresa, y que de esta manera el ambiente laboral se sienta acogedor y cumpla las expectativas de los trabajadores.

Se sugiere evaluar periódicamente la situación financiera de la empresa, para realizar un diagnóstico correcto, el cual permita a la empresa identificar el conjunto de variables contables que son de mucha importancia para tomar una decisión al momento de querer implementar recursos para mejorar el desempeño de la empresa se debe realizar un análisis como es el presupuesto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias. (2018). CAPÍTULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.
- Armstrong, P. K. (2019). Los Canales de Distribución. PromonegocioS.net, 110-116.
- Barreto Granda, N. B. (2020). Analisis Financiero: FACTOR SUSTANCIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES EN UNA EMPRESA DEL SECTOR COMERCIAL. Universidad y Sociedad, 129-134. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-129.pdf>
- Carrillo, A. (2019). Territorio y descentralizacion: Transferencia de la competencia de tránsito, transporte terrestre y seguridad vial. Quito: Alejandro Aguirre.
- Cespedes, N., Paz, J., Jimenez, F., Perez, L., & Perez, Y. (2021). la gestion de los inventarios, evolucion y conceptualizacion. la administracion de los inventarios en el marco de la administracion financiera a corto plazo.
- Chiavenato, I. (2021). Planeacion Estratégica. Fundamentos y Aplicación. Mexico: Mc Graw Hill.
- Cravens. (2021). CAPÍTULO 2: MARCO TEORICO. 52.
- CT. (2012). Código de Trabajo. Quito: Registro Oficial 167.
- Damm. (2019). activos fijos. academia.edu.
- de León Roman, E. P. (2018). Reglamento turistico de alimento y bebidas. Quito: Ministerio de Turismo.
- Falconí, D. (Febrero de 2023). Ministerio de Trabajo. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/consejo-nacional-de-trabajo-y-salarios-se-instalo-para-la-fijacion-salarial-del-2023/#:~:text=Desde%20el%20Ministerio%20de%20Econom%C3%ADa,estima%20en%202%2C76%25>.
- Fernandez Bedoya, V. H. (2018). PUNTO DE EQUILIBRIO Y SU INCIDENCIA EN LAS DECISIONES FINANCIERAS DE EMPRESAS EDITORAS EN LIMA. QUIPUKAMAYOC , 95-103.
- Ferrari, F. J. (2021). MATERIA PRIMA. ECONOMIPEDIA.

- Flórez, J. A. (2020). PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LAS PYMES. ECOE EDICIONES.
- Galan, J. S. (2021). Activo Diferido . Economipedia.
- Gonzales Solano, F., Escorcía Caballero, J., & Patiño Toledo, L. (2021). Localización óptima y confiable de instalaciones en una cadena de suministro. Revista chilena de ingeniería, 693-706. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v25n4/0718-3305-ingeniare-25-04-00693.pdf>
- Gonzalez Jimenez, E. S. (2019). Investigacion Financiera. Peru.
- Herrera Garcia, B. (2019). Acerca de la tasa de descuento en proyectos. QUIPUKAMAYOC, 101-107.
- Imaginario, A. (2020). Significados. Obtenido de Significado de sociedad: Recuperado de: <https://www.significados.com/sociedad/>
- Jauregui, M. (2020). Rubro caja y bancos: definicion,caracteristicas y componentes. aprendiendo administracion.
- Kanuk, S. (2019). CAPÍTULO 2: MARCO TEORICO.
- Kotler. (2020). CAPÍTULO 2: MARCO TEORICO. 9.
- LODC. (2015). Ley Organica de Defensa del Consumidor. Quito: Registro Oficial 116.
- Mancha Navarro, T., Moscoso Durán, F., & Santos, J. L. (2019). Un índice de competitividad regional para España. Revista de Estudios Regionales(109), 67-94. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/755/75552738003.pdf>
- Medina Cárdenas, M. E. (2020). ANALISIS DE LOS GASTOS OPERATIVOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DEL SUPERMERCADO SUPERSKANDINAVO CIA. LTDA. TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato.

- Miranda Tufiño, L. F. (2018). Diseño e implementación de un manual de procesos para el control de activos fijos en las instituciones educativas particulares, caso: Unidad Educativa Cardenal de la Torre, sede Quito. Tesis previa a la obtención de título de: Ing. Comercial con Especialización en Contabilidad y Auditoría. Universidad Politécnica Salesiana Quito, Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3691/1/UPS-QT03335.pdf>
- Molina, A. (19 de Agosto de 2021). conexionesan. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/08/criterios-midensituacion-financiera-empresa/>
- Molina, H., & Del Carpio, J. (2019). LA TASA DE DESCUENTO EN LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS Y NEGOCIOS EMPRESARIALES. *Gestión Y producción*, 42-54.
- Muñoz Solís, D., & Nuñez Lozada, A. (2022). Creación de una empresa de comercialización de pollos a través de una nueva preparación en el sector restaurantero de la provincia de Tungurahua. Amabato: Universidad Técnica de Ambato.
- NARVÁEZ, M. O. (octubre de 2018). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA Y COMPOTAS DE FRUTA QUE SE PRODUCEN EN LA PARROQUIA DE PUÉLLARO. Obtenido de TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17413/1/T-UCE-0005-ADM-024-P.pdf>
- Olier, S. (2019). *Costos y Presupuestos*. España.
- Padilla Ramirez, D. (2019). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: Mc Graw hill.
- Pedrosa, S. J. (2021). Insumo. Economipedia.
- Pedrosa, S. J. (2021). INSUMO. ECONOMIPEDIA.

- Pérez, M. A., Vinueza, M. A., Yupangui, H. R., & Parra, A. D. (2019). Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación estudiantil. e-Ciencias de la Información.
- Qonto. (2020). gastos operativos: formula de calculo y mas claves.
- Riquelme, M. (2019). que son los gastos administrativos. web y empresas.
- S.A, D. d. (2018). Los Canales de Distribución. PromonegocioS.net, 340-345.
- Serna, H. (2020). Gerencia Estratégica. Colombia: 3R Editores.
- Silva Ordoñez, F., Medina Chicaiza, P., & Sarzosa Rivera , S. (2016). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA PUBLICITAR PRODUCTOS EMPRESARIALES CON CÓDIGO QR. 3C Tecnología, 1-19.
- Solórzano, S., & Alaña, T. (2020). Planeación Estratégica. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Soto Gonzalez, C., & Fajardo Ortiz, M. (2020). Gestion Financiera Empresarial. Machala: Editorial UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14354/1/Cap.2%20Fundamentos%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20financiera.pdf>
- Tamayo. (2019). POBLACION Y MUESTRA.
- Universidad Santo Tomas. (2019). Estudio de mercado. ustadistancia, 23-62.
- Villacis Ortíz, P. (2018). El consumo frecuente de comida rápida (Fast Food) y su incidencia en la salud de los estudiantes de la FCIAL de la Universidad Técnica de Ambato. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Zeledon Cubillo, A. L., & Vargas Bermudez, J. B. (2020). ANALISIS Y PLANEACION FINANCIERA. Managua.
- Zuñiga, C. (22 de Enero de 2018). slideshare. Obtenido de slideshare.net: <https://es.slideshare.net/carolinazuniga14855/tamao-de-proyecto>

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta



### CUESTIONARIO

**Dirigido a:** Moradores de la ciudad de Ambato, sector centro de la ciudad.

**Objetivo:** Recopilar toda la información posible sobre los gustos, servicio al cliente y costos que las personas tienen para este tipo de emprendimiento.

1. ¿Conoce la marca Yummy FCh Las papas de Luchito, comida rápida con un menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos?

Si .....

No .....



2. ¿Ud. a consumido pollo broaster con papas fritas, mote, chicharon de cerdo, ensalada y aderezos?

Si .....

No .....



3. ¿Es de su agrado el menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos?

Si .....

No .....

4. Si en la ciudad de Ambato se instalaría una sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” que ofrezca pollo broaster con el menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos. ¿Adquirirías sus productos?

Si .....

No .....

5. ¿Cuánto esta Ud. dispuesto a pagar por un menú basado en papas fritas, pollo broaster, mote, chicharrón de cerdo, ensalada y aderezos que ofertaría la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito”

2.00 .....

3.00 .....

4.00 .....

6. Mensualmente cuantas veces visitarías la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato.

1 a 3 .....

3 a 5 .....

5 o más .....

7. ¿Le gusta que las compras de sus alimentos sean enviadas directamente a su casa o lugar de trabajo sin costo adicional?

Si .....

No .....

8. ¿Qué prefiere en la adecuación del local cuando Ud. se acerca a comprar?

Iluminación .....

Juegos para niños .....

Juegos electrónicos .....

Comodidad .....

Decoración llamativa .....

9. Le gusta que el menú sea presentado en hojas o de manera digital mediante aplicaciones celulares.

Hojas .....

Aplicaciones celulares .....

10. ¿Le gustaría que el local acepte tarjetas o transferencias electrónicas al momento de realizar el pago de lo consumido?

Si .....

No .....

11. ¿Ha visto o escuchado otro local de comida rápida que ofrezca los mismos productos de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato?

Si .....

No .....

12. ¿Dónde prefiere que este ubicada la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato?

Centro de la ciudad .....

Sector Norte .....

Sector Sur .....

13. ¿Cuál de las siguientes promociones le gustaría que se oferte en la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato?

Bebida ilimitada incluida en su compra .....

El cumpleaños no paga su consumo .....

Miércoles 2 x 1 .....

Descuento 50% en el segundo plato .....

14. ¿Cuál de los siguientes aderezos prefiere para acompañar el menú que ofrece la sucursal de YUMMY “Las papas de Luchito” en la ciudad de Ambato?

Mayonesa .....

Salsa de tomate .....

Salsa rosada .....

Ají (casero) .....

Ensalada (tomate, cebolla, vinagreta) .....

**Gracias por su colaboración.**

## Anexo 2: Simulación de crédito – Banco Pichincha



### Condiciones y costo total del crédito

Fecha:	07/03/2023	Producto:	Pymes
Plazo (meses):	60	Frecuencia de pago:	Mensual
Tasa interés nominal:	11.23%	Tipo de tasa:	Rejustable
Tipo de sistema de amortización:	Francés	Tasa contribución Solca:	0,5 %
Valor bien/vehículo:	N/A		

Datos financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Monto solicitado (USD)	14744.67		Valor solicitado por el cliente.
Monto líquido (USD)	14670.95		Monto acreditado en la cuenta
Cuota financiera (USD)	318.38	Mensual	Valor correspondiente al capital e interés
Cuota total (USD)	328.21	Mensual	Valor cuota financiera
Plazo / número de cuotas	60	Mensual	Número de cuotas a pagar en todo el plazo del crédito
Tasa interés nominal (%)	11.23	Anual	Es la tasa de interés anual.
Tasa de interés activa efectiva referencial para el segmento (%)	10.43	Anual	Es la tasa activa referencial del segmento, permitida por el Banco Central del Ecuador.
Tasa interés efectiva anual (%)	11.83	Anual	(TEA) Es igual al interés anual efectivo, dividido para el capital inicial. Las tasas de interés nominal y efectiva difieren cuando el periodo de capitalización es distinto de un año. La tasa de interés efectiva es más alta mientras más corto es el periodo de capitalización
Suma de cuotas (USD)	19692.69		Es la sumatoria de las cuotas a pagar en todo el plazo del crédito.
Carga financiera (USD)	4618.93		Es la diferencia entre la sumatoria de intereses, primas menos el monto líquido que recibe el cliente en la concesión. Incluye intereses y primas de seguro obligatorias
Relación entre el valor total y monto de capital solicitado	0,01		Resultado de la división, de la suma total de cuotas para el monto financiado.

Datos financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Tasa efectiva anual del costo del financiamiento	13,01		Es la tasa efectiva anual de interés más los valores correspondientes a impuestos de ley, seguros obligatorios (desgravamen e incendios) y gastos directos e indirectos.

Seguros obligatorio	Gasto	Periodicidad	Justificación
Desgravamen (USD)	9.83	Mensual	Valor que se cobra para cubrir la muerte o incapacidad del deudor de acuerdo al tipo de póliza contratada.
Incendio (USD)	0.0	Mensual	Valor que se cobra para cubrir siniestro de incendio de la garantía real de acuerdo al tipo de póliza contratada.
Seguro Vehicular (USD)	{SeguroVehicular}		Valor que se cobra para cubrir siniestro de vehículo.

Gastos por cuenta de terceros	Valor en USD	Periodicidad	Explicación
Legalización de prenda	{LegalizacionPrenda}		

Contribución obligatoria	Costo	Periodicidad	Justificación
Contribución atención integral del cáncer (USD)	73.72	Única	Es la contribución para la atención integral del cáncer ordenada en la disposición general Décimo Cuarta del Código Orgánico monetario y financiero

Explicaciones	
Tipo de tasa: fija / reajutable	La tasa de interés fija es aquella que permanece igual durante la vigencia del préstamo en tanto la tasa de interés reajutable puede fluctuar durante la vigencia del mismo.
Tipo de tabla de amortización	<p><u>Francés</u> o dividendos iguales: Aquel que genera dividendos de pagos periódicos iguales, cuyos valores de amortización del capital son crecientes en cada periodo, y los valores de intereses sobre el capital adeudado son decrecientes.</p> <p><u>Alemán</u> o cuotas de capital iguales: Aquel que genera dividendos de pago periódicos decrecientes, cuyos valores de amortización del capital son iguales para cada periodo y los valores de intereses sobre el capital adeudado son decrecientes.</p>

Tabla tasa mora (de acuerdo con la normativa vigente del sistema de Tasas de Interés y Tarifas del Banco Central del Ecuador)

Días de morosidad	Recargo por morosidad hasta
0	0.0%

Tabla servicios financieros diferenciados por gastos de gestión de cobranza extrajudicial

Rango de cuotas (#)	DIAS DE MORA				
	1 a 30 días	31 a 60 días	61 a 90 días	91 a 120 días	> a 120 días
< \$100	\$6.38	\$16.23	\$23.17	\$25.56	\$25.56
> \$100 <= \$199	\$7.35	\$16.46	\$23.85	\$26.64	\$26.64
> \$200 <= \$299	\$7.92	\$17.83	\$25.27	\$29.03	\$29.03

Días de morosidad	Recargo por morosidad hasta
1-15	5.0%
16-30	7.0%
31-60	9.0%
61-999999	10.0%

		DIAS DE MORA				
Rango de cuotas (#)		1 a 30 días	31 a 60 días	61 a 90 días	91 a 120 días	> a 120 días
>	\$300 <= \$499	\$8.32	\$20.34	\$27.43	\$32.72	\$32.72
>	\$500 <= \$999	\$8.63	\$23.99	\$30.34	\$37.70	\$37.70
>	\$1000 <= \$4999	\$8.88	\$28.78	\$34.01	\$43.99	\$43.99
>	\$5000	\$8.88	\$28.78	\$34.01	\$43.99	\$43.99

**Notas:**

1. La información que consta en el presente documento es referencial y tiene un periodo de validez de 5 días, excepto cuando dentro de este periodo la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera modifique la tasa activa máxima referencial.
2. Los resultados que el simulador estime son de carácter informativo y no constituye una pre aprobación del crédito.
3. Los valores de cobranza extrajudicial se cobrarán de acuerdo a la tabla correspondiente.
4. Los valores por seguro de desgravamen podrían variar en caso de existir codeudores adicionales.
5. El cliente podría contratar la compañía de seguros, a su elección.

**Tabla de honorarios profesionales para avalúos, análisis e inspecciones de bienes muebles e inmuebles:**

**1. Honorarios profesionales avalúos  
Avalúos/re avalúos bienes inmuebles, maquinarias y equipos**

Desde	Hasta	Honorario	IVA	Total
\$10.000,00	\$20.000,00	\$72,00	\$8,64	\$80,64
\$20.001,00	\$40.000,00	\$84,00	\$10,08	\$94,08
\$40.001,00	\$60.000,00	\$106,80	\$12,82	\$119,62
\$60.001,00	\$80.000,00	\$135,60	\$16,27	\$151,87
\$80.000,01	\$100.000,00	\$151,20	\$18,14	\$169,34
\$100.001,00	\$150.000,00	\$166,80	\$20,02	\$186,82
\$150.001,00	\$200.000,00	\$184,80	\$22,18	\$206,98
\$200.001,00	\$400.000,00	\$232,80	\$27,94	\$260,74
\$400.001,00	\$800.000,00	\$340,80	\$40,90	\$381,70
\$800.001,00	\$1.000.000,00	\$448,80	\$53,86	\$502,66
\$1.000.001,00	en adelante		0.44880 x mil	

\* Si el requerimiento corresponde a un terreno urbano se descontará el 30% del honorario(en ningún caso será menor a \$72 + impuestos).

**2. Habitar construir individual**

Tipo	Monto presupuesto	Valor	IVA	Total
Avalúo habitar construir hasta	\$50.000	\$117,00	\$14,04	\$131,04
Avalúo habitar construir mayor a	\$50.001	\$140,40	\$16,85	\$157,25
Inspección habitar construir	-	\$72,00	\$8,64	\$80,64

**3. Avalúos/reavalúos vehiculos**

Tipo	TON	Valor	IVA	Total
Vehiculos livianos hasta	3.5	\$35,00	\$4,20	\$39,20
Vehiculos pesados mayor a	3.5	\$55,00	\$6,60	\$61,60

**4. Inspecciones para constatación de existencias (sin valoración)**

Tipo	Monto	Valor	IVA	Total
Bienes inmuebles		\$15 la hora + IVA - Mínimo \$30		
Vehiculos livianos y pesados				

Tipo	Monto	Valor	IVA	Total
Maquinaria y equipos				

#### 5. Informes especiales (construir constructor)

Tipo	Minimo	Maximo	%	Total(1)
Análisis del proyecto	-	1.000.000	0,05%	500
	1.000.001	2.000.000	0,05%	900
	2.000.001	3.000.000	0,05%	1350
	3.000.001	3.500.000	0,04%	1400
	3.500.001	4.500.000	0,032%	1440
	4.500.001	5.500.000	0,030%	1650
	5.500.001	6.500.000	0,028%	1820
	6.500.001	7.500.000	0,028%	2100
	7.500.001	9.000.000	0,028%	2380
	>9.000.00			2500
(1)Valor no incluye IVA				
Inspecciones de avance de obra	0.015% sobre crédito aprobado + IVA (mínimo \$72,00 + IVA)			

- Si el bien inmueble está ubicado en el oriente se incrementa mas 20% al honorario.
- Si el requerimiento es un TERRENO URBANO EN EL ORIENTE aplican los dos criterios anteriores(en ningún caso será menor a USD \$72 + impuestos.)
- Los gastos de movilización, estadía y alimentación serán cubiertos por el cliente en la factura.
- El costo por movilización para bienes fuera del limite urbano \$ 0.30 por Km. recorrido.
- La inspección fallida por inasistencia del cliente dentro del perimetro urbano se cobrará \$ 18
- La inspección fallida por inasistencia del cliente fuera del perimetro urbano se cobrará la movilización que corresponda. Mínimo \$ 18.
- La inspección realizada sin emisión de informe de avalúo se cobrará \$ 72 + IVA.

### Tabla de amortización

Cuota	Fecha de pago	Capital	Interés	Seguro desg.	Seguro incendio/vehículo	Valor cuota	Saldo
0	07-mar-2023	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14744.67
1	07-abr-2023	180.39	137.99	9.83	0.0	328.21	14564.28
2	07-may-2023	182.2	136.3	9.71	0.0	328.21	14382.08
3	07-jun-2023	184.03	134.59	9.59	0.0	328.21	14198.05
4	07-jul-2023	185.87	132.87	9.47	0.0	328.21	14012.18
5	07-ago-2023	187.74	131.13	9.34	0.0	328.21	13824.44
6	07-sep-2023	189.62	129.37	9.22	0.0	328.21	13634.82
7	07-oct-2023	191.52	127.6	9.09	0.0	328.21	13443.3
8	07-nov-2023	193.44	125.81	8.96	0.0	328.21	13249.86
9	07-dic-2023	195.38	124.0	8.83	0.0	328.21	13054.48

Cuota	Fecha de pago	Capital	Interés	Seguro desg.	Seguro incendio/vehículo	Valor cuota	Saldo
10	07-ene-2024	197.34	122.17	8.7	0.0	328.21	12857.14
11	07-feb-2024	199.32	120.32	8.57	0.0	328.21	12657.82
12	07-mar-2024	201.32	118.46	8.43	0.0	328.21	12456.5
13	07-abr-2024	203.33	116.57	8.31	0.0	328.21	12253.17
14	07-may-2024	205.37	114.67	8.17	0.0	328.21	12047.8
15	07-jun-2024	207.43	112.75	8.03	0.0	328.21	11840.37
16	07-jul-2024	209.51	110.81	7.89	0.0	328.21	11630.86
17	07-ago-2024	211.61	108.85	7.75	0.0	328.21	11419.25
18	07-sep-2024	213.73	106.87	7.61	0.0	328.21	11205.52
19	07-oct-2024	215.87	104.86	7.48	0.0	328.21	10989.65
20	07-nov-2024	218.04	102.84	7.33	0.0	328.21	10771.61
21	07-dic-2024	220.22	100.8	7.19	0.0	328.21	10551.39
22	07-ene-2025	222.43	98.74	7.04	0.0	328.21	10328.96
23	07-feb-2025	224.66	96.66	6.89	0.0	328.21	10104.3
24	07-mar-2025	226.91	94.56	6.74	0.0	328.21	9877.39
25	07-abr-2025	229.19	92.44	6.58	0.0	328.21	9648.2
26	07-may-2025	231.49	90.29	6.43	0.0	328.21	9416.71
27	07-jun-2025	233.81	88.12	6.28	0.0	328.21	9182.9
28	07-jul-2025	236.15	85.94	6.12	0.0	328.21	8946.75
29	07-ago-2025	238.52	83.73	5.96	0.0	328.21	8708.23
30	07-sep-2025	240.91	81.49	5.81	0.0	328.21	8467.32
31	07-oct-2025	243.33	79.24	5.64	0.0	328.21	8223.99
32	07-nov-2025	245.76	76.96	5.49	0.0	328.21	7978.23
33	07-dic-2025	248.23	74.66	5.32	0.0	328.21	7730.0
34	07-ene-2026	250.72	72.34	5.15	0.0	328.21	7479.28
35	07-feb-2026	253.23	69.99	4.99	0.0	328.21	7226.05
36	07-mar-2026	255.77	67.62	4.82	0.0	328.21	6970.28
37	07-abr-2026	258.33	65.23	4.65	0.0	328.21	6711.95

Cuota	Fecha de pago	Capital	Interés	Seguro desg.	Seguro incendio/vehículo	Valor cuota	Saldo
38	07-may-2026	260.92	62.81	4.48	0.0	328.21	6451.03
39	07-jun-2026	263.54	60.37	4.3	0.0	328.21	6187.49
40	07-jul-2026	266.18	57.9	4.13	0.0	328.21	5921.31
41	07-ago-2026	268.85	55.41	3.95	0.0	328.21	5652.46
42	07-sep-2026	271.54	52.9	3.77	0.0	328.21	5380.92
43	07-oct-2026	274.27	50.36	3.58	0.0	328.21	5106.65
44	07-nov-2026	277.02	47.79	3.4	0.0	328.21	4829.63
45	07-dic-2026	279.79	45.2	3.22	0.0	328.21	4549.84
46	07-ene-2027	282.6	42.58	3.03	0.0	328.21	4267.24
47	07-feb-2027	285.43	39.93	2.85	0.0	328.21	3981.81
48	07-mar-2027	288.29	37.26	2.66	0.0	328.21	3693.52
49	07-abr-2027	291.18	34.57	2.46	0.0	328.21	3402.34
50	07-may-2027	294.1	31.84	2.27	0.0	328.21	3108.24
51	07-jun-2027	297.05	29.09	2.07	0.0	328.21	2811.19
52	07-jul-2027	300.03	26.31	1.87	0.0	328.21	2511.16
53	07-ago-2027	303.04	23.5	1.67	0.0	328.21	2208.12
54	07-sep-2027	306.07	20.66	1.48	0.0	328.21	1902.05
55	07-oct-2027	309.14	17.8	1.27	0.0	328.21	1592.91
56	07-nov-2027	312.24	14.91	1.06	0.0	328.21	1280.67
57	07-dic-2027	315.37	11.98	0.86	0.0	328.21	965.3
58	07-ene-2028	318.53	9.03	0.65	0.0	328.21	646.77
59	07-feb-2028	321.73	6.05	0.43	0.0	328.21	325.04
60	07-mar-2028	325.04	3.04	0.22	0.0	328.3	0.0

**Pasos para obtener un crédito:**

1. Acérquese a la agencia más cercana.
2. Recopile los requisitos solicitados y diríjalos al Oficial de Negocios.
3. Una vez analizada su información se le comunicará el resultado.

### Anexo 3: Oficio de aceptación y respaldo para el desarrollo del proyecto.

*YUMMY FCh "Las papas de Luchito"*  
Cell: 0984633138  
SALCEDO – ECUADOR

---

Salcedo, 01/12/22

Ing. Mba.  
José Herrera Herrera.  
Presidente  
Unidad de Titulación  
Carrera de Organización de Empresas  
Facultad de Ciencias Administrativas

Yo, Herrera Guanopatin Jimena Elizabeth en mi calidad de Gerente de la Empresa YUMMY FCh "Las papas de Luchito" me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema "Creación de una sucursal de la empresa YUMMY FCh "Las papas de Luchito" a través de un proyecto de inversión en la ciudad de Ambato, provincia del Tungurahua en el periodo octubre 2022 – febrero 2022" propuesto por el estudiante Malliquinga Salazar Luis Oswaldo portador de la Cédula de ciudadanía 0502965551, estudiante de la Carrera de Organización de Empresas la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.



Herrera Guanopatin Jimena Elizabeth  
Cédula de Ciudadanía 0503071284  
Nº Teléfono convencional S/N  
Nº Teléfono celular 0984633138  
Correo electrónico [jimena.herrera1284@utc.edu.ec](mailto:jimena.herrera1284@utc.edu.ec)

MATRIZ: Ana Paredes y Vicente León  
SUCURSAL 1: Sucre y Luis A. Martínez (esquina)



**Anexo 4:** Escenarios presentes para el proyecto

**6.16.1. Escenario optimista + 20%**

**Sucursal YUMMY FCh "Las papas de Luchito"**  
ESTADO DE RESULTADOS

	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	\$ 857,475.42	\$ 893,471.57	\$ 930,382.13	\$ 968,226.86	\$ 1,007,025.92
(-) Costos de Producción	\$ 35,804.14	\$ 36,985.68	\$ 38,206.21	\$ 39,467.01	\$ 40,769.42
(=) <b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 821,671.28</b>	<b>\$ 856,485.90</b>	<b>\$ 892,175.92</b>	<b>\$ 928,759.85</b>	<b>\$ 966,256.50</b>
(-) Costos Administrativos	\$ 16,833.35	\$ 17,388.86	\$ 17,962.69	\$ 18,555.46	\$ 19,167.79
(-) Costos Financieros	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79
(=) <b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 803,914.14</b>	<b>\$ 838,173.25</b>	<b>\$ 873,289.45</b>	<b>\$ 909,280.61</b>	<b>\$ 946,164.93</b>
(-) Impuesto a la renta personal natural MIPYME 2%	\$ 16,078.28	\$ 16,763.47	\$ 17,465.79	\$ 18,185.61	\$ 18,923.30
(=) <b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>\$ 787,835.86</b>	<b>\$ 821,409.79</b>	<b>\$ 855,823.66</b>	<b>\$ 891,094.99</b>	<b>\$ 927,241.63</b>
(-) Reparto Utilidades trabajadores 15%	\$ 118,175.38	\$ 123,211.47	\$ 128,373.55	\$ 133,664.25	\$ 139,086.24
(=) <b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 669,660.48</b>	<b>\$ 698,198.32</b>	<b>\$ 727,450.11</b>	<b>\$ 757,430.74</b>	<b>\$ 788,155.39</b>
(+) Cargo Depreciación y Amortización	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16
(-) Pago de principales	\$ 2,948.93	\$ 2,948.93	\$ 2,948.93	\$ 2,948.93	\$ 2,948.93
(=) <b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ 669,998.71</b>	<b>\$ 698,536.55</b>	<b>\$ 727,788.34</b>	<b>\$ 757,768.97</b>	<b>\$ 788,493.61</b>



Propietaria  
Lic. Jimena Herrera



Contador  
Ing. Rosana Herrera

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Valor actual neto VAN1

$$VAN1 = - Inversion\ inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN1 = - 23041.74 + \frac{669998.71}{(1+0.2052)^1} + \frac{698536.55}{(1+0.2052)^2} + \frac{727788.34}{(1+0.2052)^3} + \frac{757768.97}{(1+0.2052)^4} + \frac{788493.61}{(1+0.2052)^5}$$

$$VAN1 = - 23041.74 + 555923.25 + 480917.84 + 415745.66 + 359170.22 + 310100.57$$

$$VAN1 = \$2,098,815.81$$

### Análisis

Al ser el valor actual neto calculado mayor a cero se puede concluir que el proyecto es factible para su aplicación, con una tasa de rendimiento del 20.52%.

### Valor actual neto VAN2

$$VAN2 = - Inversion\ inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN2 = - 23041.74 + \frac{669998.71}{(1+0.265)^1} + \frac{698536.55}{(1+0.265)^2} + \frac{727788.34}{(1+0.265)^3} + \frac{757768.97}{(1+0.265)^4} + \frac{788493.61}{(1+0.265)^5}$$

$$VAN2 = - 23041.74 + 529643.25 + 436523.96 + 359528.66 + 295920.27 + 243414.00$$

$$VAN2 = \$1,841,988.39$$

### **Análisis**

Al ser el valor actual neto calculado mayor a cero se puede concluir que el proyecto es factible para su aplicación, con una tasa de rendimiento del 26.5%.

### **Tasa beneficio – costo**

$$\text{Relación B/C} = \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$\text{Relación B/C} = \frac{4656581.91}{285,759.53}$$

$$\text{Relación B/C} = 16.30$$

### **Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una relación beneficio – costo de \$ 16.30 referente a recuperación de la inversión dada en base a cada dólar invertido para su creación.

### **Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

$$PRI = \frac{\frac{\text{Inversión inicial}}{\sum FNE}}{\text{Numero de años}}$$

$$PRI = \frac{\frac{23041.74}{3642586.17}}{5}$$

$$PRI = 0.0316$$

$$0,0316 * 12 \text{ meses} = 0.3792$$

$$0.3792 * 30 \text{ días} = 11.37 \text{ días}$$

$$0.37 * 24 \text{ horas} = 9 \text{ horas } 24 \text{ minutos}$$

El período de recuperación de la inversión del proyecto de emprendimiento de la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” es de 11 días con 9 horas y 24 minutos

**Tasa interna de retorno (TIR)**

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left( \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$
$$TIR = 0.2052 + (0.265 - 0.2052) \left( \frac{2098815.81}{2098815.81 - 1841988.39} \right)$$

$$TIR = 0.2052 + (0.0598)(8.17)$$

$$TIR = 0.6939 * 100$$

$$TIR = 69.39\%$$

**Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una tasa interna de retorno de 69.39%, está por encima de la tasa mínima aceptable, se presenta como asequible para los inversionistas con un margen de ganancia y rentabilidad favorable para ellos.

## 6.16.2. Escenario pesimista – 20%

### Sucursal YUMMY FCh "Las papas de Luchito" ESTADO DE RESULTADOS

	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	\$ 571,650.28	\$ 595,647.72	\$ 620,254.75	\$ 645,484.57	\$ 671,350.62
(-) Costos de Producción	<u>\$ 35,804.14</u>	<u>\$ 36,985.68</u>	<u>\$ 38,206.21</u>	<u>\$ 39,467.01</u>	<u>\$ 40,769.42</u>
(=) <b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 535,846.14</b>	<b>\$ 558,662.04</b>	<b>\$ 582,048.55</b>	<b>\$ 606,017.56</b>	<b>\$ 630,581.19</b>
(-) Costos Administrativos	\$ 16,833.35	\$ 17,388.86	\$ 17,962.69	\$ 18,555.46	\$ 19,167.79
(-) Costos Financieros	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79	\$ 923.79
(=) <b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 518,089.00</b>	<b>\$ 540,349.40</b>	<b>\$ 563,162.07</b>	<b>\$ 586,538.32</b>	<b>\$ 610,489.62</b>
(-) Impuesto a la renta personal natural MIPYME 2%	<u>\$ 10,361.78</u>	<u>\$ 10,806.99</u>	<u>\$ 11,263.24</u>	<u>\$ 11,730.77</u>	<u>\$ 12,209.79</u>
(=) <b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>\$ 507,727.22</b>	<b>\$ 529,542.41</b>	<b>\$ 551,898.83</b>	<b>\$ 574,807.55</b>	<b>\$ 598,279.83</b>
(-) Reparto Utilidades trabajadores 15%	<u>\$ 76,159.08</u>	<u>\$ 79,431.36</u>	<u>\$ 82,784.82</u>	<u>\$ 86,221.13</u>	<u>\$ 89,741.97</u>
(=) <b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 431,568.14</b>	<b>\$ 450,111.05</b>	<b>\$ 469,114.01</b>	<b>\$ 488,586.42</b>	<b>\$ 508,537.86</b>
(+) Cargo Depreciación y Amortización	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16	\$ 3,287.16
(-) Pago de principales	<u>\$ 2,948.93</u>				
(=) <b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>\$ 431,906.36</b>	<b>\$ 450,449.27</b>	<b>\$ 469,452.23</b>	<b>\$ 488,924.65</b>	<b>\$ 508,876.08</b>



Propietaria

Lic. Jimena Herrera



Contador

Ing. Rosana Herrera

Nota. Malliquinga L. 2023.

### Valor actual neto VAN1

$$VAN1 = - Inversion\ inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN1 = - 23041.74 + \frac{431906.36}{(1+0.2052)^1} + \frac{450449.27}{(1+0.2052)^2} + \frac{469452.23}{(1+0.2052)^3} + \frac{488924.65}{(1+0.2052)^4} + \frac{508876.08}{(1+0.2052)^5}$$

$$VAN1 = - 23041.74 + 358369.04 + 310118.48 + 268172.38 + 231742.37 + 200131.95$$

$$VAN1 = \$1,345,492.47$$

### Análisis

Al ser el valor actual neto calculado mayor a cero se puede concluir que el proyecto es factible para su aplicación, con una tasa de rendimiento del 20.25%.

### Valor actual neto VAN2

$$VAN2 = - Inversion\ inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN2 = - 23041.74 + \frac{431906.36}{(1+0.265)^1} + \frac{450449.27}{(1+0.265)^2} + \frac{469452.23}{(1+0.265)^3} + \frac{488924.65}{(1+0.265)^4} + \frac{508876.08}{(1+0.265)^5}$$

$$VAN2 = - 23041.74 + 341427.96 + 281491.21 + 231910.19 + 190932.49 + 157093.93$$

$$VAN2 = \$1,179,814.04$$

### **Análisis**

Al ser el valor actual neto calculado mayor a cero se puede concluir que el proyecto es factible para su aplicación, con una tasa de rendimiento del 26.5%.

### **Tasa beneficio – costo**

$$\text{Relación B/C} = \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$\text{Relación B/C} = \frac{3104387.94}{285759.53}$$

$$\text{Relación B/C} = 10.86$$

### **Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una relación beneficio – costo de \$ 10.86 referente a recuperación de la inversión dada en base a cada dólar invertido para su creación.

### **Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Numero de años}}}$$

$$PRI = \frac{23041.74}{\frac{2349608.60}{5}}$$

$$PRI = 0.0490$$

$$0.0490 * 12 \text{ meses} = 0.588$$

$$0.588 * 30 \text{ días} = 17.64 \text{ días}$$

$$0.64 * 24 \text{ horas} = 15 \text{ horas } 36 \text{ minutos}$$

El período de recuperación de la inversión del proyecto de emprendimiento de la sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” es de 17 días con 15 horas y 36 minutos.

**Tasa interna de retorno (TIR)**

$$TIR = T_{mar1} + (T_{mar2} - T_{mar1}) \left( \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 0.2052 + (0.265 - 0.2052) \left( \frac{1345492.47}{1345492.47 - 1179814.04} \right)$$

$$TIR = 0.2052 + (0.0598)(8.12)$$

$$TIR = 0.6908 * 100$$

$$TIR = 69.08\%$$

**Análisis**

La sucursal de la empresa YUMMY FCh “Las papas de Luchito” presenta una tasa interna de retorno de 69.08%, está por debajo de la tasa mínima aceptable.