



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

**MODALIDAD EXAMEN DE GRADO CARÁCTER COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

CASO PRÁCTICO

**“PROPUESTA DE COMERCIO DE COMIDA MEXICANA POR REDES
SOCIALES”.**

AUTOR

SILVIA ESTEFANIA BELTRAN ZAMBRANO

GUAYAQUIL

2023

CERTIFICADO TURNITIN



RUBEN DARIO PAZ
MORALES

Caso Práctico

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil

Trabajo del estudiante

3%

2

www.researchgate.net

Fuente de Internet

1%

3

www.eumed.net

Fuente de Internet

1%

4

docplayer.es

Fuente de Internet

1%

5

www.grupov.es

Fuente de Internet

1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA.....	I
CERTIFICADO TURNITIN	II
TABLA DE CONTENIDO.....	III
1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 Formulación del problema.....	3
1.2 Justificación	4
1.3 Objetivos de la Investigación.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos	5
1.4 Operacionalización de las variables	5
2 CONCEPTUALIZACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO	6
2.1 Teorías de Desarrollo	6
2.2 Teoría del Emprendimiento	6
2.3 Teoría Neoinstitucional	7
3 ASPECTOS GENERALES.....	8
3.1 Misión	8
3.2 Visión.....	9
3.3 Objetivo del estudio	9
3.4 Objetivos estratégicos	9
4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	9
5 ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO Y/O PROYECTO DE INVERSIÓN.....	10
5.1 Modelo CANVAS.....	10
5.2 PESTEL.....	11
5.3 Cinco Fuerzas de Porter	11
5.4 FODA.....	12
6 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	13

6.1	Enfoque de la investigación.....	13
6.2	Tipo de investigación	13
6.3	Técnicas e instrumentos de la investigación.....	13
6.4	Población y muestra	13
6.5	Presentación y análisis de los resultados	15
6.5.1	Encuesta	15
6.5.2	Análisis de los resultados obtenidos en la encuesta.....	25
7	PLANIFICACIÓN FINANCIERA	27
7.1	Demanda potencial.....	27
7.2	Mano de Obra	27
7.3	Materia prima.....	28
7.4	Inversión Fija	30
7.5	Amortización	33
7.6	Depreciación.....	33
7.7	Costos Administrativos	33
7.8	Costos de Marketing	34
7.9	Costos de Productos	35
7.10	Precio.....	37
7.1	Capital de trabajo	38
7.2	Inversión Total.....	39
7.3	Financiamiento.....	39
7.4	Proyección de precio	42
7.5	Proyección de sueldos	42
7.6	Proyección de unidades	42
7.7	Proyección de costos	43
7.8	Proyección de ingresos	43
7.9	Estado de Resultados.....	45
7.10	Flujo de Caja.....	45
7.11	Punto de equilibrio	47

7.12	Período de Recuperación.....	48
7.13	Tasa Mínima Atractiva de Retorno.....	49
7.14	Indicadores Financiero.....	50
CONCLUSIONES.....		51
RECOMENDACIONES.....		52
BIBLIOGRAFÍA.....		53
ANEXOS.....		55

1 INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia del hombre, se ha podido evidenciar que es relevante el satisfacer las necesidades básicas para poder sobrevivir en el mundo Paladines (2015). Desde la perspectiva de Mascarenhas y Gandara (2019) una de las principales necesidades que se deben siempre satisfacer es la alimentación y por lo tanto a lo largo de las generaciones se han visto diferentes formas para llevarse a cabo en la preparación de diversos platos que se ajustan a los requerimientos de cada persona. No obstante, estas distintas formas de presentar los platos se ven afectadas, ya que evolucionan al momento de ser transmitidas de generación en generación, definiendo así a una región como tal o a su vez a una cultura Quintanilla, Berenguer y Gómez (2019). Cabe destacar que el arte de la gastronomía se ha visto afectada, debido a las nuevas tendencias que existen a nivel mundial y la fuerte influencia de consumir platos novedosos con ingredientes y sabores nuevos.

A nivel mundial, el desarrollo y avance de la agricultura ha permitido que se produzcan alimentos ajenos a la zona y lo cual permite que sean aprovechados para la preparación de platos poco degustados por las personas Merino (2015). Por otro lado, también se puede encontrar el tema del transporte de diferentes alimentos a todas partes del mundo, lo que vuelve más asequible a las personas poder degustar Ocaña y Rey (2018). Al tener en cuenta estos aspectos, se puede observar que, dentro del territorio nacional, muchas marcas aprovechan el tema de la globalización para poder ofertar al público una nueva variedad de platos para su degustación y posteriormente aceptación. Un claro ejemplo que se ha evidenciado es el tema del sushi japonés, la cual a inicios muy pocos eran los selectos clientes que degustaron estos platos, pero al darse una mayor información y exponerse más al mercado, la demanda se vio en incremento y nuevas marcas salieron al mercado tropicalizando los platos con ingredientes de la zona.

Dentro del mercado local se ha manifestado una creciente demanda por parte de las personas en visitar distintos lugares que ofrecen platos novedosos junto a una experiencia inolvidable. De acuerdo con (Instituto Nacional de Estadística y Censos, [INEC], 2022) se resalta que “a inicios del 2023 se ha incrementado la tasa de consumo de comida en restaurantes del 0,12% al 0,21%, esto motivó a la creciente incursión de nuevas marcas en ofertar platos en restaurantes con temáticas innovadora” En materia favorable, se debe señalar que se está viendo

un creciente despunte de las personas por incursionar con un emprendimiento que les permita ofrecer alimentos y platillos innovadores con recetas de diversas partes del mundo.

El principal motivo que ha llevado que se incremente la tasa de restaurantes en Guayaquil, es por la última caída económica que se sufrió por motivos del Sars Covid-19, la cual obligó a muchas organizaciones a reducir su nómina e incrementar la tasa de desempleo, obligando así a muchas personas que se encontraban desempleadas a incursionar en proyectos centrados en la gastronomía por su ágil rotación de productos. (Organización Mundial de la Salud, [ONU], 2019). Al existir la necesidad latente de cubrir los costos de vida, las personas desempleadas invirtieron su dinero en desarrollar restaurantes con temáticas innovadoras y que presten un servicio atractivo para las personas junto a platos de diferentes regiones tales como árabe, japonesa, norteamericana y mexicana.

Sin embargo, existe un fuerte malestar, el cual se centra en la inseguridad a nivel nacional provocada por grupos delictivos que han iniciado en atacar con extorsiones y atentados a los negocios de diferentes sectores tanto a nivel nacional como en la ciudad de Guayaquil. Según los datos proporcionados por (Policía Nacional del Ecuador, [PNE], 2022) se menciona que “la tasa de violencia en el año 2022 fue de 25.5%, la cual ha ubicado a la ciudad de Guayaquil en el puesto 46 de las ciudades más peligrosas del mundo”. Al suscitarse este malestar muchos de los restaurantes se han visto en la necesidad de implementar mayores gastos de seguridad y en otros que se ubican en zonas más peligrosas reubicarlos o simplemente cerrar.

En la actualidad, el mercado de la ciudad de Guayaquil está atravesando una situación grave debido a su alta tasa de violencia, la cual ha venido desarrollándose por diferentes grupos armados, también denominados pandilleros Mella (2023). El crimen organizado ha tomado mucho poder en los últimos años, generando ataques a diferentes sectores de Guayaquil por tratar de controlar el tráfico de estupefacientes, según Méndez (2023) “en el 2022 los homicidios intencionales alcanzaron una cifra récord de 4,603, eso significa un 83% más que en el 2021, lo cual se representa en una tasa de 25 crímenes por cada 100,000 habitantes”. Al existir este malestar las personas han tomado como alternativa el evitar el salir de sus hogares y prefieren realizar sus actividades sociales dentro de ellas para evitar ser víctimas del hampa o de exponer su bienestar y el de toda su familia por daños colaterales de cualquier ataque criminal.

En vista de lo que acontece en el mercado de la ciudad de Guayaquil, existe la oportunidad de mantenerse comercializando los productos, pero con la ventaja de hacerlo online, es decir a través del uso de herramientas digitales, tales como las redes sociales y páginas web. A juicio de García (2018) esto no solo permite a que los negocios continúen con su funcionamiento, sino que da al cliente un plus de comodidad, ya que se le estaría entregando el producto hasta la puerta de su domicilio sin recargo adicional. Es pertinente señalar que esta alternativa aparece cuando la ciudad se encontraba pasando la cuarentena por el Sars Covid – 19 y permitió a muchos negocios mantenerse en el mercado, lo cual hoy en día es muy práctica replicarla ya sea para sobrevivir o incursionar en un negocio de estas características ONU (2019).

La modalidad de comercio online se ha visto en práctica por diferentes marcas y los resultados obtenidos han sido de cierto modo favorables, en muchos casos ha sido la alternativa potencial para sobrevivir a la última crisis sanitaria. La (Cámara de Comercio Electrónico, [CCE], 2021) señalo que “el 40% de las empresas en el país planean abrir un canal de venta en línea y un 18% planean darles prioridad a sus plataformas de comercio electrónico ya existente” Demostrando de tal manera que el comercio electrónico es una alternativa necesaria y pertinente para mantenerse en el mercado y en especial al verse dentro de situaciones que alteren el comercio cotidiano de los negocios.

Por tal motivo, en vista de todos estos factores el aprovechar la oportunidad de la creciente demanda e incursionar en el desarrollo de un restaurante, pero con la ventaja de comercializar los productos en una zona estratégica que resguarde en cierta medida al cliente que lo visita y del mismo modo la alternativa de un comercio de los productos a través de las redes sociales Speth (2018). De esta manera se puede aprovechar atacar tanto el mercado físico como el mercado digital y en caso que se siga incrementando la problemática de inseguridad en la ciudad de Guayaquil mantenerse en el comercio en línea hasta que se tome el respectivo control por las autoridades nuevamente.

1.1 Formulación del problema

¿De qué manera las redes sociales influyen en la comercialización de comida mexicana en la ciudad de Guayaquil?

1.2 Justificación

La presente investigación tiene como fin la ampliación de opciones de comida en la ciudad de Guayaquil, dado que se espera incursionar con un negocio que elabore comida mexicana y a su vez esta sea comercializada a través de las redes sociales dando así una mayor comodidad al cliente en un tiempo de preparación y entrega no mayor de 30 minutos, garantizando así la llegada de un producto caliente y preparado con los mejores ingredientes del mercado. Por otro lado, esto promoverá el desarrollo de negocios con similares características, lo que generaría una alternativa de salida para otros negocios que se encuentran en una compleja situación dada la tasa alta de inseguridad que se está suscitando en la ciudad de Guayaquil.

En cuanto a la importancia teórica, se espera mostrar la estructura en la cual se debe diseñar un plan de negocio, en donde se define de manera explícita la descripción del negocio, el mercado meta y la evaluación financiera que conlleva. Es pertinente señalar que dentro de estos tres puntos se ven implícitos puntos como: el mercadeo que se requeriría para el negocio, las estrategias funcionales y comerciales que se requieren implementar, la contabilidad de costos, entre otros. Por último, para tener el sustento a los datos que posteriormente se plasmen es requerido un estudio de mercado donde se recolectan datos centrados en los gustos y preferencias de los participantes al momento de adquirir comida mexicana.

Con respecto a la relevancia metodológica está comprenderá la descriptiva, dado que es menester el detalle del perfil del target, así como el uso de técnicas estadísticas y matemáticas para comprender las opiniones brindadas y luego generar la contabilidad de los mismos. Para llevarse a cabo, es necesario que se tome como referencias fuentes bibliográficas, antecedentes referenciales y artículos publicados en revistas científicas. Por consiguiente, es preferible obtener desde fuentes primarias como un levantamiento de información a través de la herramienta de la encuesta, dado que los resultados serían actuales y no existiría un sesgo en casos específicos.

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para la comercialización por redes sociales de comida mexicana en la ciudad de Guayaquil

1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Sistematizar las teorías más relevantes de un plan de negocio para la comercialización por redes sociales de comida mexicana.
- Determinar la demanda potencial de comida mexicana en la ciudad de Guayaquil.
- Identificar los canales online que los clientes utilizan para la adquisición de comida mexicana.

1.4 Operacionalización de las variables

Tabla 1.
Matriz de la operacionalización de las variables

Hipótesis de la Investigación	Variables	Definición	Fuente	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos	
El uso de las redes sociales influirá en la comercialización de comida mexicana.	INDEPENDIENTE Redes Sociales	Las redes sociales son espacios virtuales que sirven para que grupos de personas con similares características puedan comunicarse o realizar cualquier intercambio de información o producto.	Autor: Selman (2017) Libro: Marketing Digital	Plataformas online	Plataformas propias Plataformas sociales	Encuesta Encuesta	
				Difusión de Post	SEO SEM	Entrevista Entrevista	
				KpI's	Efectividad de cliente Efectividad de visualización	Análisis de datos Análisis de datos	
				I.A.	Respuesta inmediata Asesoría personalizada	Investigación Documental Investigación Documental	
				Producto	Características	Encuesta	
	DEPENDIENTE Comercialización	La comercialización es el proceso que se utiliza para el intercambio de un producto (bien o servicio) por una cantidad similar en divisas.	Autor: Kotler y Armstrong (2017) Libro: Fundamentos de Marketing	Producto	Ciclo de vida	Investigación Documental	
					Precio	Costo del producto Precio del producto	Encuesta Entrevista
					Plaza	Mercado total	Investigación Documental
					Mercado meta	Investigación Documental	
					Promoción	Publicidad Fuerza de Venta.	Entrevista Entrevista

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

2 CONCEPTUALIZACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO

2.1 Teorías de Desarrollo

El desarrollo es la satisfacción de una necesidad que puede contemplar una persona, comunidad o sociedad identificando ciertos factores tales como: origen étnico, estrato social, edad y género. De acuerdo con (Vargas, 2016) indica que “son cambios que se inducen de manera premeditada mediante decretos que son apoyados por diversos actores del desarrollo, infiriendo de tal manera en un proceso colectivo y dinámico” (p. 3)

El desarrollo es un proceso multidimensional que incluye diversos cambios conductuales que llegan a afectar estructuras institucionales dentro de los sistemas económicos, legales y sociales, cuyo fin radica en el incremento económico y la disminución de la pobreza. Es por eso que al decir desarrollo se comprende a todos los elementos, componentes o factores que impliquen al bienestar humano, entre los cuales se encuentra lo económico, social, cultural, legal, ambiental y espiritual, promoviendo de tal manera mejores niveles de estilo de vida en las personas logrando un crecimiento económico, estabilidad, democracia y equidad.

2.2 Teoría del Emprendimiento

El término emprendimiento se introdujo al mundo en el año de 1755 por el economista Richard Cantillon, después de haber sido estudiado y analizado desde diferentes puntos de vistas teóricos, entre las cuales se encuentran: la psicología, la antropología, la ciencia política, la economía y la administración de empresas. De acuerdo (Terán & Guerrero , 2020) menciona que “estos diferentes puntos de vista con respecto al emprendimiento fueron expuestos con el objetivo de darle una explicación a la denominación emprender, señala como único elemento productivo haciendo alusión a una iniciativa empresarial donde se coordina diferentes factores productivos tradicionales”

Por otra parte, de acuerdo con (Bello & Ulloa , 2016) señala que

Emprendimiento se encuentra estrechamente relacionada con el emprendedor dado que es una persona extraordinariamente innovadora y cumple con características revolucionarias capaz de explotar la producción en inversión. Asimismo, interpretar como un proceso de gestión que optimiza los recursos necesarios para la comercialización de un producto en específico

A través de los conceptos de emprendimiento se rescata el desarrollo de entidades pequeñas y medianas enfocadas en la comercialización de un producto o servicio en específico. Por otro lado, está asociada a:

- La facultad de crecer y crear empresa, orientada hacia las generaciones actuales
- Desequilibrio (Schumpeter) o de equilibrio (Escuela Austriaca)
- La orientación al crecimiento (Teoría de Drucker y Stevenson).
- El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos.

De acuerdo a (Gibb, 2012) en su obra *Emprendimiento* expone diferentes ejemplos de las entidades en formación y en donde se deben enfocar sus objetivos, entre ellos se debe contar con las siguientes características:

- Comparte los valores de las micro pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)
- Está arraigada en las prácticas de la comunidad
- Valora tanto el conocimiento tácito como el explícito
- Fuertemente comprometida con todos los interesados.
- Fuertes vínculos con los empresarios
- Diseñada como una organización empresarial
- Enfocada en diseñar un ambiente empresarial con todo tipo de organizaciones
- Entiende cómo los empresarios aprenden y construyen sus enfoques a partir de esta base.
- Usa cuidadosamente el conocimiento adquirido de otras fuentes.

2.3 Teoría Neoinstitucional

El neoinstitucionalismo que aglutina enfoques históricos, sociológicos y del nombramiento razonable, surge a principios del período pasado como un vinculado de reglas que determinan los procesos de la innovación institucional a base de los marcos de incentivos y restricciones impuestos a los comportamientos de los diferentes agentes y actores económicos, sociales y políticos para la formulación e implantación de políticas públicas y que tienen un impacto en los resultados medidos en términos de crecimiento y desarrollo. (Bello & Ulloa , 2016)

El neoinstitucionalismo estudia los rasgos de las estructuras institucionales económicas que posibilitan el progreso de los pueblos. El diseño corporativo de una nación es definitivo para su florecimiento financiero, nacional y público y condicionan las consecuencias del sistema gubernativo. El neófito diseño corporativo se caracteriza por nuevos valores y estructuras mentales, nuevas reglas y tipos de relaciones entre los diferentes actores. El capital institucional tiene como cuadro de correspondencia el conjunto de los establecimientos que son relevantes para la determinación de los procesos del incremento bancario y en lo habitual para las actividades económicas.

Según el autor (Williamson, 1985) en su obra *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, markets, relational contracting* resalta la pertinencia que “tienen las instituciones dentro del rol que se juegan en el progreso económico y recomienda que toda estructura gubernamental evolucione en entornos donde se aporte en el incremento productivo para su desarrollo económico”. Posteriormente en un estudio elaborado por el autor (Campos, 1999) en su investigación *Context is everything: measuring institutional change in transition economies* se señala que existe un conjunto de temas institucionales los cuales se soportan en la promoción del progreso económico, principalmente se destacan el Estado de Derecho y la calidad de la burocracia.

Con respeto al Estado de Derecho dentro de una nación se conforman los incentivos que influyen en el progreso económico mediante un control del marco institucional y la contabilidad del poder público. Es por ello que debe existir una relación contemporánea entre el Estado de Derecho y los grados de progreso económicos, político y social incluso de existir impedimentos dentro del desarrollo jurídico del Estado de Derecho para la creación de diferentes condiciones que permitan el ejercicio de derechos políticos democráticos y civiles. El neoinstitucionalismo económico analiza las fallas de los mecanismos del Estado y sus ineficacias. De acuerdo a la teoría neoinstitucional de la economía, el subdesarrollo es consecuencia de las fallas del Estado para suministrar las estructuras de gobernante necesarias para avalar las instituciones que apuntalan el impulso de los pueblos.

3 ASPECTOS GENERALES

3.1 Misión

Construir y operar la venta de comida mexicana de manera cómoda, rápida y oportuna.

3.2 Visión

Ser pioneros en la comercialización en línea de comida mexicana en las diferentes áreas del territorio del cantón Guayaquil.

3.3 Objetivo del estudio

Proponer un comercio de comida mexicana por redes sociales.

3.4 Objetivos estratégicos

- Determinar la demanda potencial de comida mexicana en la ciudad de Guayaquil.
- Identificar los canales online que los clientes utilizan para la adquisición de comida mexicana.

4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El emprendimiento “Mexi-Food” se dedicara a la elaboración de comida mexicana entre ellos están:

- Burritos
- Nachos con queso
- Nachos con queso y chile
- Tacos mixtos
- Copa mexicana

Cabe destacar que el factor diferenciador, que se incluye en el modelo de negocio es el servicio a domicilio en menos de 15 minutos, de tal manera que el cliente pueda percibir su asistencia inmediata.

5 ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO Y/O PROYECTO DE INVERSIÓN

5.1 Modelo CANVAS

Tabla 2.
Canvas

Empresa:				
<p>Socios Claves:</p> <p>1.- App móviles que permitan la autonomía en la recepción de pedidos y la logística de entrega.</p> <p>2.- Proveedores de los insumos necesarios para la preparación del menú de comida mexicana.</p>	<p>Actividades claves:</p> <p>1.- Preparación del menú de comida mexicana en 8 minutos.</p> <p>2.- Comunicación efectiva a través de las redes sociales.</p> <p>3.- Logística de entrega en un máximo de 22 minutos.</p> <p>4.- Control de los procesos administrativos.</p> <p>5.- Gestión estratégica de e-commerce del negocio.</p> <p>Recursos Claves:</p> <p>1.- Equipos gastronómicos.</p> <p>2.- Vehículos motorizados</p> <p>3.- Personal profesional en el manejo de las motos.</p> <p>4.- Personal con experiencia en la preparación del menú de comida mexicana</p> <p>5.- Equipos tecnológicos para la recepción y asistencia de los pedidos.</p>	<p>Propuesta de Valor:</p> <p>1.- Entrega del producto en un máximo de 30 minutos, caso contrario el pedido será gratis.</p> <p>2.- Recepción de pedidos a través de un sistema de Chat-Bots.</p> <p>3.- Sistema de CRM para la automatización de la distribución de los pedidos</p>	<p>Relación con el Cliente:</p> <p>1.- Asesoramiento personalizado, en el caso de ser requerido.</p> <p>2.- Recepción de pedidos 24/7.</p> <p>3.- Sistema de seguimiento en vivo para que el cliente conozca la llegada de su producto.</p>	<p>Segmentos de Clientes:</p> <p>1.- Habitantes de los sectores de Urdesa y Miraflores</p> <p>2.- Habitantes que estén dentro de un rango de edad entre los 20 a los 45 años</p> <p>3.- Habitantes que se encuentren actualmente dentro de la PEA.</p> <p>4.- Habitantes que pertenezcan a los estratos sociales C+ y B.</p> <p>5.- Habitantes con la tendencia de consumos a través de redes sociales.</p>
<p>Estructura de Costes:</p> <p>1.- Costos de sueldos y salarios</p> <p>2.- Costos de publicidad online</p> <p>3.- Costos de funcionamiento</p> <p>4.- Costos de mantenimiento de vehículos motorizados</p> <p>5.- Costos de Membresía de las app móvil</p> <p>6.- Costos del servicio de chat-bots</p> <p>7.- Costos del servicios de seguimiento en vivo</p> <p>8.- Costos del servicio de CRM</p>	<p>Fuentes de Ingresos:</p> <p>1.- Comercialización del menú de comida mexicana a través de las redes sociales.</p> <p>2.- Pedidos a través de app móvil.</p>	<p>Canales:</p> <p>1.- Página web.</p> <p>2.- Red social de Instagram.</p> <p>3.- Red social de Facebook</p> <p>4.- Red social de Tik Tok</p> <p>5.- WhatsApp Business</p> <p>6.- UberEats</p>		

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

5.2 PESTEL

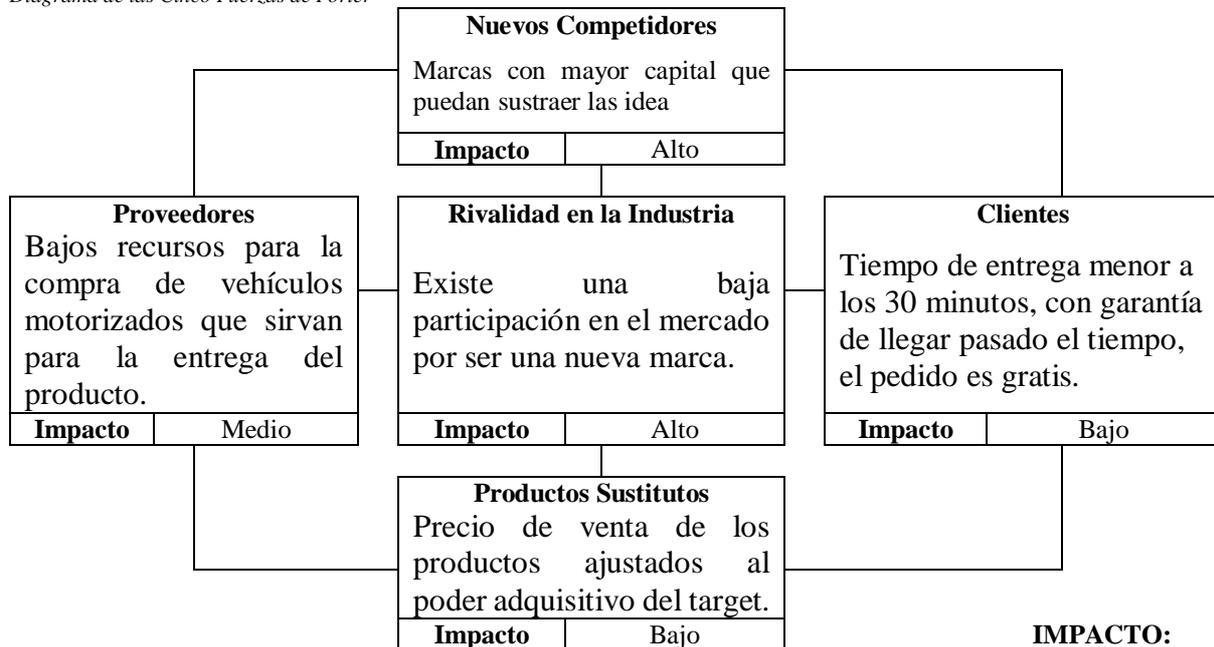
Tabla 3.
Matriz PESTEL

Factores	Detalle	Impacto	
		Amenaza	Oportunidad
Político:	Inestabilidad política en el país	X	
Económico:	Inestabilidad económica en el país	X	
Social:	Alta probabilidad de crecimiento en el mercado al ofrecer un producto a domicilio en un tiempo rápido.		X
Tecnológico:	Crecimiento del uso de redes sociales por parte del cliente ideal.		X
Ecológico:	Incremento de la contaminación por el uso de vehículos motorizados en las entregas a domicilios.	X	
Legal:	Garantías que ofrecen al cliente la llegada de su producto en un tiempo de 30 minutos, o caso contrario el pedido es gratis.		X
TOTAL		3	3

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

5.3 Cinco Fuerzas de Porter

Figura 1.
Diagrama de las Cinco Fuerzas de Porter



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

5.4 FODA

Tabla 4.
Matriz FODA

	Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
	Fortalezas	Debilidades
Factores Internos	<p>F1.- Captación de segmento esperado por consumidores que tengan la necesidad de adquirir comida mexicana a domicilio por redes sociales.</p> <p>F2.- Precio de venta de los productos ajustados al poder adquisitivo del target.</p> <p>F3.- Tiempo de entrega menor a los 30 minutos, con garantía de llegar pasado el tiempo, el pedido es gratis.</p>	<p>D1.- No se cuenta con la suficiente experiencia en el manejo de este tipo de negocio.</p> <p>D2.- Existe una baja participación en el mercado por ser una nueva marca.</p> <p>D3.- Bajos recursos para la compra de vehículos motorizados que sirvan para la entrega del producto.</p>
	Oportunidades	Amenazas
Factores Externos	<p>O1.- Aceptación del menú por parte del público objetivo.</p> <p>O2.- Alta probabilidad de crecimiento en el mercado al ofrecer un producto a domicilio en un tiempo rápido.</p> <p>O3.- Crecimiento del uso de redes sociales por parte del cliente ideal.</p>	<p>A1.- Inestabilidad política en el país</p> <p>A2.- Alta tasa de inseguridad en la ciudad de Guayaquil.</p> <p>A3.- Marcas con mayor capital que puedan sustraer las idea</p>

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

6 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

6.1 Enfoque de la investigación

La deductiva fue aplicada debido a que se necesitaba validar la hipótesis planteada, es decir el impacto que tiene las redes sociales para la comercialización de comida mexicana en el nicho de Urdesa y Miraflores, a través de las diferentes respuestas que se obtuvieron en la recopilación de datos (Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., 2014). Por lo tanto, el enfoque de investigación fue el cuantitativo por la recopilación de datos.

6.2 Tipo de investigación

Con respecto al tipo de investigación fue aplicada la descriptiva, ya que se tuvo que detallar las características del cliente ideal para la comercialización de comida mexicana a través de redes sociales. (Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., 2014)

6.3 Técnicas e instrumentos de la investigación

En cuanto a la técnica de investigación, fue menester aplicar la encuesta por su gran uso de recolectar una gran cantidad de datos de una zona en un lapso de tiempo corto. (Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., 2014) Como parte de su instrumento, fue considerado el cuestionario estructurado, mismo que estuvo conformado por un total de 10 preguntas cerradas y el cual fue realizado a personas con el perfil ideal de consumidor de comida mexicana. Cabe señalar que el levantamiento de información fue ejecutado de manera presencial en zonas de fuerte afluencia de personas, así como estratégicas para tener un menor sesgo y las cuales son: Av. Victor Emilio Estrada, Av. Las Monjas, en las afueras del Centro Comercial Plaza Triángulo, Plaza Cedros de Urdesa, Plaza Quil, Multiplaza Miraflores, Plaza Comercial San Eduardo Shopping y San Marino.

6.4 Población y muestra

La composición de la población estuvo conformada por habitantes del sector de Urdesa (Urdesa Central – Lomas de Urdesa – Urdesa Norte) y Miraflores. Del mismo modo que estas personas tengan una edad dentro del rango de los 20 a 45 años, que pertenezcan a la Población Económicamente Activa (PEA) y estén dentro de un estrato social C+ y B. Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, [INEC], 2020) la cantidad de habitantes con estas características es de 56,821 personas. Por lo tanto, al conocer la cantidad

de la población objetiva y a su vez esta no sobrepasa las 100,000 unidades se pudo aplicar la fórmula finita para establecer la muestra de la investigación.

Factores de la muestra:

- **n/c:** representa el nivel de confianza de los resultados, en este caso se desea obtener un 95% de confiabilidad.
- **Z:** Se calcula utilizando el nivel de confianza ($0.95/2=0.475$) y el resultado obtenido se busca el valor respectivo según la tabla de distribución estadística, en este caso para 0.475 el valor Z es 1.96.
- **p:** es la probabilidad de que el evento ocurra (50%).
- **q:** es la probabilidad de que el evento no ocurra ($q=1-p$); en este caso también es (50%).
- **e:** corresponde al error máximo aceptable en los resultados, el cual es (5%.)
- **N:** es el tamaño de la población. (56,821)
- **n:** es el tamaño de la muestra a calcular. (¿?)

Aplicación de la fórmula de la muestra

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

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 56,821}{[0.05^2(\text{¿?} - 1)] + [1,96^2 \times 0.50 \times 0.50]}$$

$$n = 382$$

6.5 Presentación y análisis de los resultados

6.5.1 Encuesta

Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Urdesa y Miraflores.

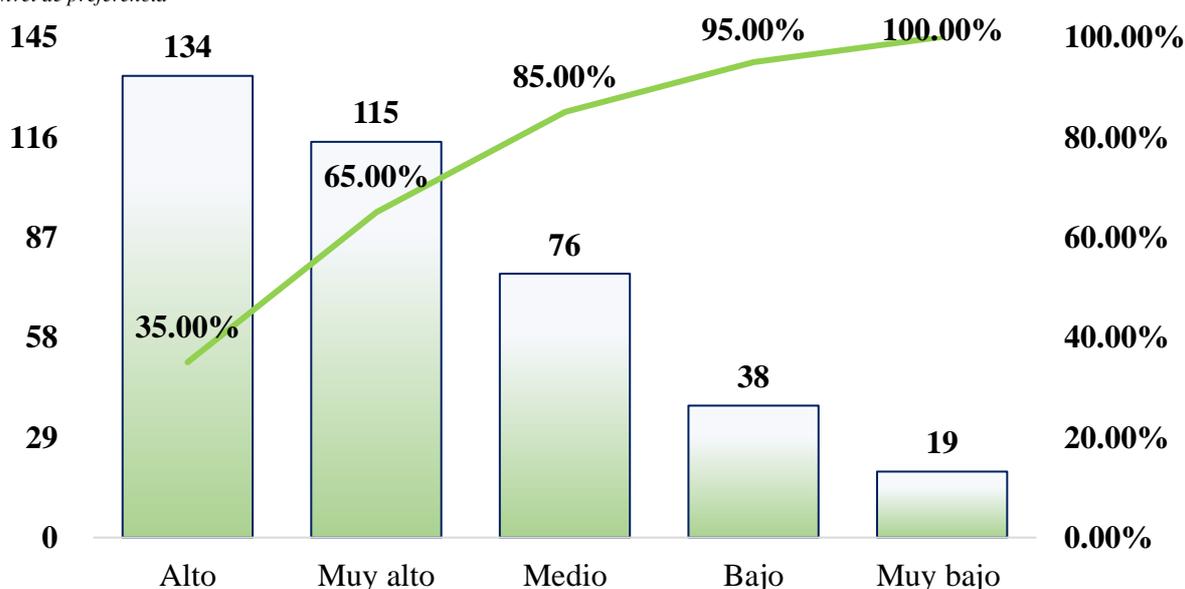
Pregunta 1.- ¿Cuál es su nivel de preferencia acerca de la comida rápida mexicana?

Tabla 5.
Nivel de preferencia

P1	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	f_i	fa_i	fr_i	fra_i
Alto	134	134	35.00%	35.00%
Muy alto	115	248	30.00%	65.00%
Medio	76	325	20.00%	85.00%
Bajo	38	363	10.00%	95.00%
Muy bajo	19	382	5.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 2.
Nivel de preferencia



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 35% de los participantes presentan un nivel de agrado alto sobre la comida mexicana, el 30% presenta un nivel de agrado muy alto, el 20% un nivel de agrado medio, el 10% un nivel de agrado bajo y un 5% un nivel de agrado muy bajo. Por lo tanto, se concluyó que existe una gran aceptación por parte del público objetivo en el consumo de comida mexicana, por lo que sería importante aprovechar esta preferencia para ofertar el producto de forma que el cliente pueda solicitarla desde su domicilio en un tiempo estimado no mayor a 30 minutos.

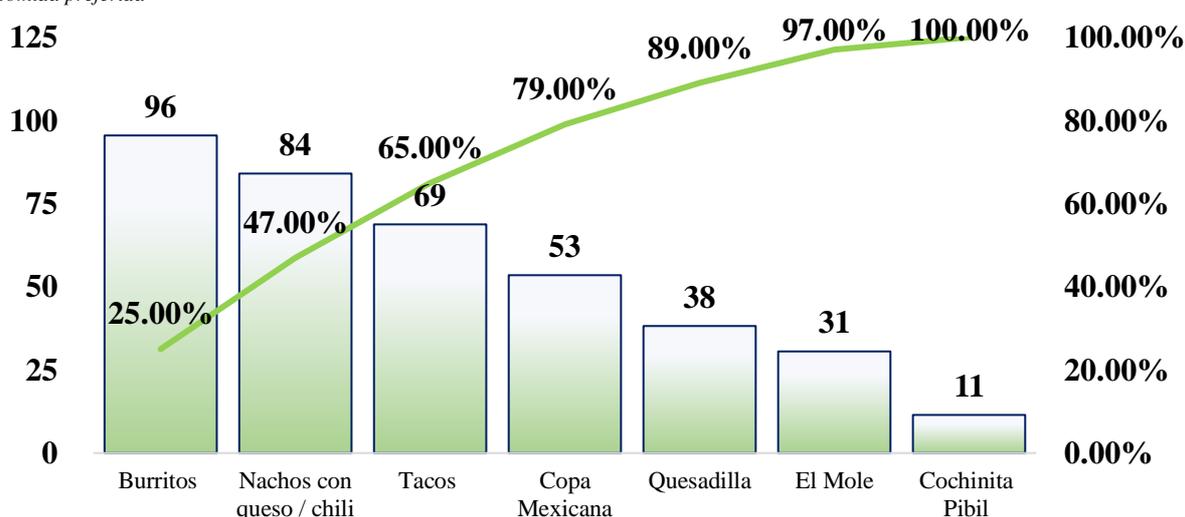
Pregunta 2.- ¿Qué plato usted prefiere al momento de adquirir comida mexicana?

Tabla 6.
Comida preferida

P2	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	f_i	f_{a_i}	f_{r_i}	$f_{r_{a_i}}$
Burritos	96	96	25.00%	25.00%
Nachos con queso / chili	84	180	22.00%	47.00%
Tacos	69	248	18.00%	65.00%
Copa Mexicana	53	302	14.00%	79.00%
Quesadilla	38	340	10.00%	89.00%
El Mole	31	371	8.00%	97.00%
Cochinita Pibil	11	382	3.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 3.
Comida preferida



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 25% de los participantes indicaron como plato mexicano preferido los burritos, el 22% los nachos con queso / chili, el 18% los tacos, el 14% las Copa Mexicana, el 10% la quesadilla, el 8% el mole y el 3% la Cochinita Pibil. Por lo tanto, se concluyó que para iniciar en la comercialización del menú mexicano se oferte en primera instancia estos 4 platos mexicanos: burritos, nachos con queso / chili, tacos y copa mexicana, para de esa manera evaluar la satisfacción de los clientes en precio, sazón y asistencia inmediata. Al tener en cuenta estos aspectos no se padecerá de gastos mayores al momento de reajustar algún proceso en particular y en el caso de tener éxito incrementar la cartera de productos en el menú.

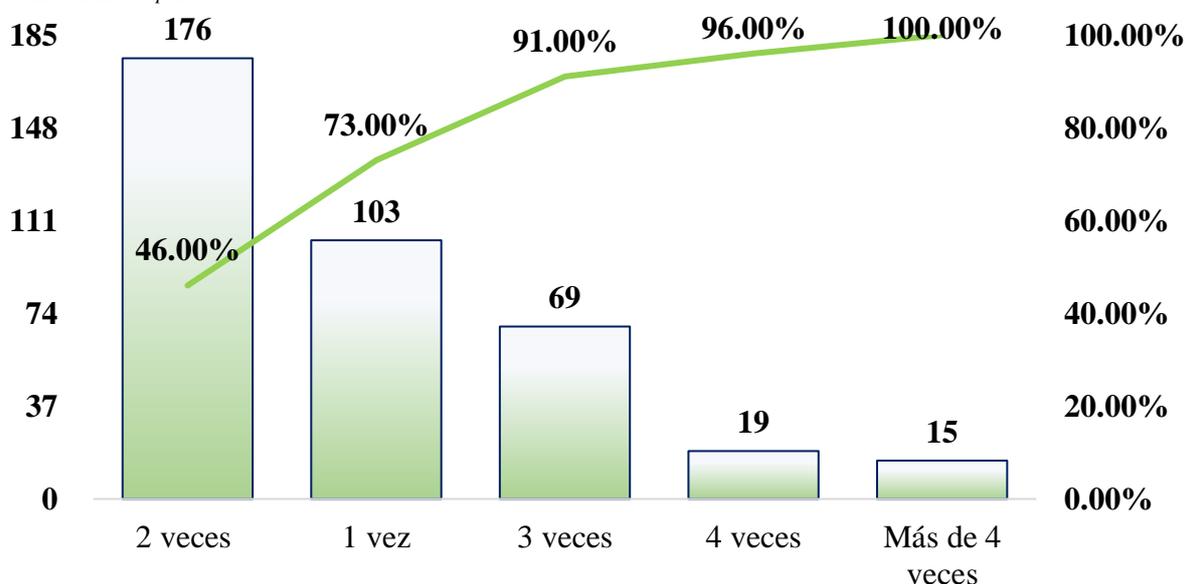
Pregunta 3.- ¿Con qué frecuencia consume comida mexicana al mes?

Tabla 7.
Frecuencia de compra

P3	FRECUENCIA			
	Absoluta f_i	Acumulada f_{a_i}	Relativa f_{r_i}	Relativa Acumulada f_{ra_i}
2 veces	176	176	46.00%	46.00%
1 vez	103	279	27.00%	73.00%
3 veces	69	348	18.00%	91.00%
4 veces	19	367	5.00%	96.00%
Más de 4 veces	15	382	4.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 4.
Frecuencia de compra



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 46% de los participantes consume 2 veces al mes comida mexicana, el 27% 1 vez al mes, el 18% 3 veces al mes, el 5% 4 veces al mes y el 4% más de 4 veces al mes. Por lo tanto, se concluyó que existe una frecuencia de consumo al mes relativamente alta, por lo que la demanda de este producto es un factor clave que debe aprovecharse para su comercialización.

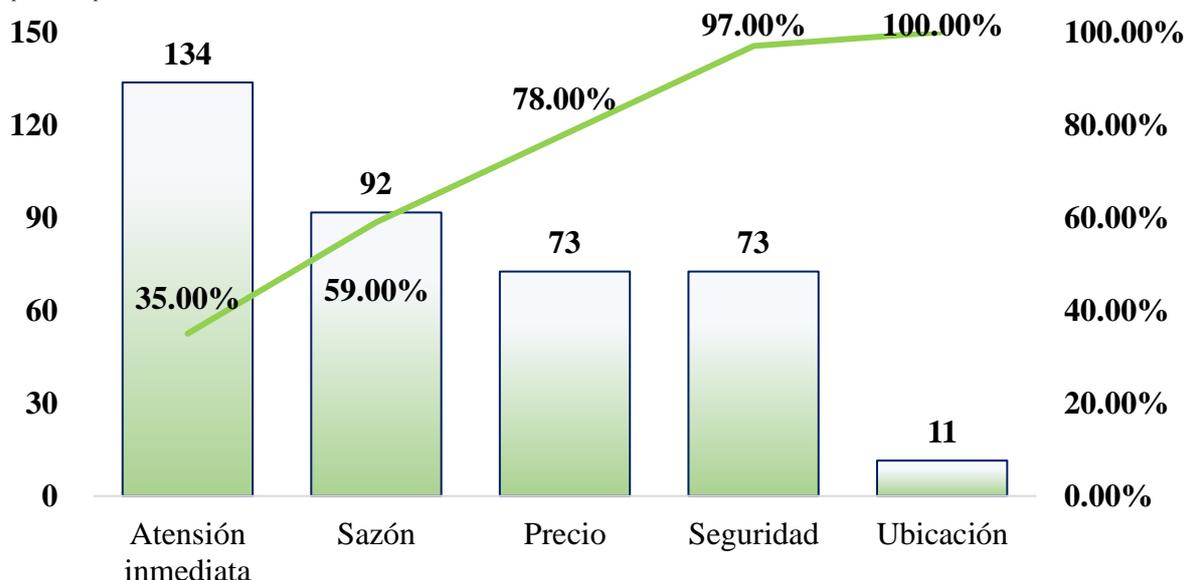
Pregunta 4.- ¿Qué aspectos considera importante al momento de adquirir comida mexicana?

Tabla 8.
Aspectos importantes

P4	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	f_i	fa_i	fr_i	fra_i
Atención inmediata	134	134	35.00%	35.00%
Sazón	92	225	24.00%	59.00%
Precio	73	298	19.00%	78.00%
Seguridad	73	371	19.00%	97.00%
Ubicación	11	382	3.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 5.
Aspectos importantes



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 35% de los participantes considera como un aspecto importante la atención inmediata al momento de adquirir comida mexicana, el 24% la sazón de los platos, el 19% el precio de los productos acorde a su cantidad, el 19% la seguridad que brinda el establecimiento, dada la elevada tasa de delincuencia que sufre el mercado de la ciudad de Guayaquil, e 3% la ubicación del establecimiento y que este tenga un ambiente agradable. Por lo tanto, se concluyó que para que un negocio que comercialice comida mexicana es necesario que cumpla con 3 factores clave, los cuales son: atención inmediata, sazón única y precios asequibles. De poseer estas características la probabilidad de aceptación del público objetivo en continuar consumiendo los productos es alta.

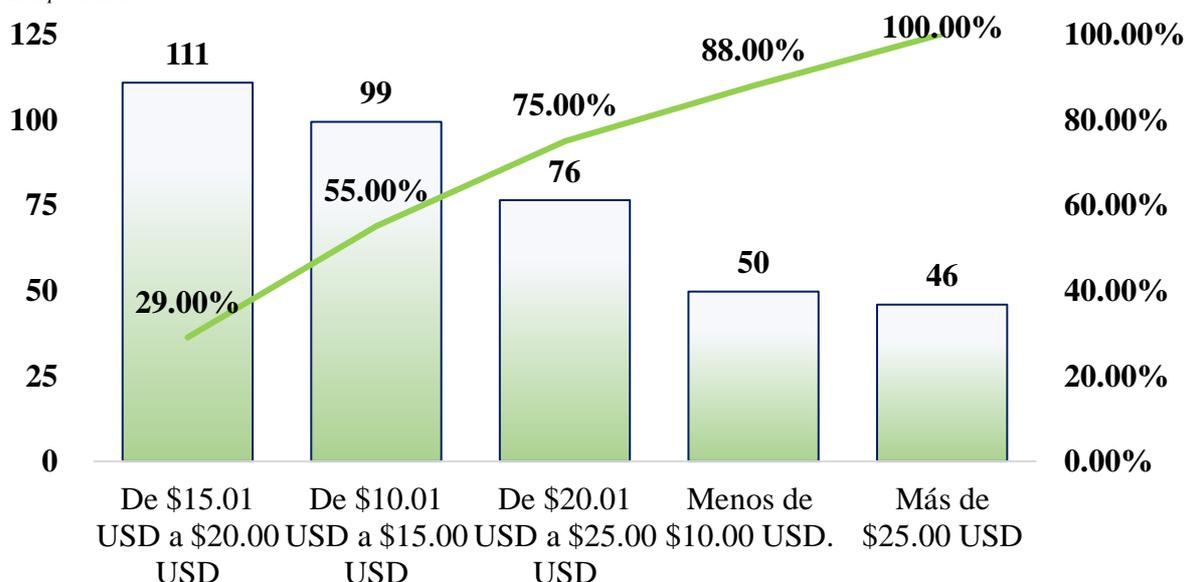
Pregunta 5.- ¿Cuál es el gasto en promedio que usted dispone al momento de adquirir comida mexicana?

Tabla 9.
Gasto promedio

P5	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	f_i	fa_i	fr_i	fra_i
De \$15.01 USD a \$20.00 USD	111	111	29.00%	29.00%
De \$10.01 USD a \$15.00 USD	99	210	26.00%	55.00%
De \$20.01 USD a \$25.00 USD	76	287	20.00%	75.00%
Menos de \$10.00 USD.	50	336	13.00%	88.00%
Más de \$25.00 USD	46	382	12.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 6.
Gasto promedio



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 29% de los participantes considera que el gasto promedio que se dispone a gastar al momento de consumir comida mexicana está entre los \$15.01 USD a \$20.00 USD, el 26% de \$10.01 USD a \$15.00 USD, el 20% de \$20.01 USD a \$25.00 USD, el 13% menos de \$10.00 USD y el 12% más de \$25.00 USD. Por lo tanto, se concluyó que es necesario que el menú de los platos mexicanos se encuentren ajustados al poder adquisitivo del target para que este pueda considerar su adquisición sin tantos cuestionamientos. Además que al poseer un precio justo el cliente lo considerara como una opción atractiva para realizar la recompra.

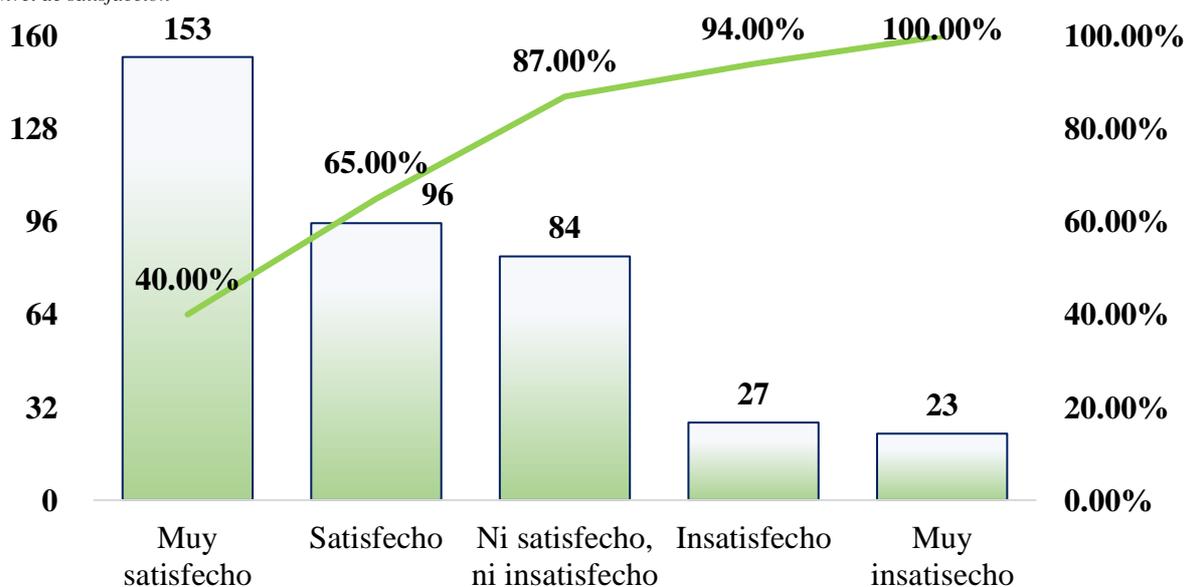
Pregunta 6.- ¿Cuál es su nivel de satisfacción sobre adquirir comida mexicana de manera online y se entrega a domicilio?

Tabla 10.
Nivel de satisfacción

P6	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	f_i	f_{a_i}	f_{r_i}	$f_{r_{a_i}}$
Muy satisfecho	153	153	40.00%	40.00%
Satisfecho	96	248	25.00%	65.00%
Ni satisfecho, ni insatisfecho	84	332	22.00%	87.00%
Insatisfecho	27	359	7.00%	94.00%
Muy insatisfecho	23	382	6.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 7.
Nivel de satisfacción



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 40% de los participantes considera la alternativa de adquirir comida mexicana de manera online junto a una entrega a domicilio muy satisfactoria, el 25% la considera satisfactoria, el 22% ni satisfactorio, ni insatisfactorio, el 7% insatisfactorio y el 6% muy insatisfactorio. Por lo tanto, se concluyó que la mayor parte de los clientes ideales considera una alternativa muy satisfactoria la comercialización online de comida mexicana, esto es causado por la seguridad y comodidad que les brinda el poder disfrutar de una comida deliciosa sin tener la necesidad de salir de su casa en un tiempo de 30 minutos como garantía de entrega.

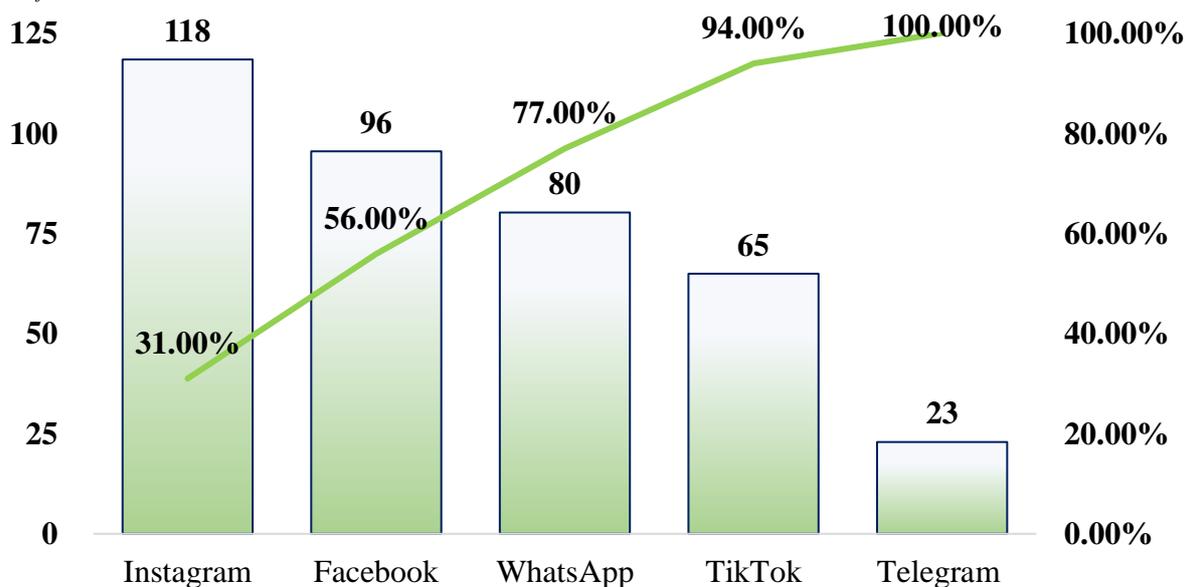
Pregunta 7.- ¿Qué plataforma social usted maneja con mayor frecuencia para informarse de nuevos sitios gastronómicos?

Tabla 11.
Plataforma social

P7	FRECUENCIA			
	Absoluta f_i	Acumulada f_{a_i}	Relativa f_{r_i}	Relativa Acumulada f_{ra_i}
Instagram	118	118	31.00%	31.00%
Facebook	96	214	25.00%	56.00%
WhatsApp	80	294	21.00%	77.00%
TikTok	65	359	17.00%	94.00%
Telegram	23	382	6.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 8.
Plataforma social



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 31% de los participantes maneja con mayor frecuencia la plataforma social de Instagram, el 25% la red social de Facebook, el 21% la red social de WhatsApp, el 17% la red social de TikTok y el 6% la red social de Telegram. Por lo tanto, se concluyó que para hacer una campaña de comunicación exitosa del servicio que se pretende ofrecer es utilizar las principales redes sociales que usa el cliente ideal, es decir Instagram, Facebook y WhatsApp. Al tener en cuenta estos aspectos se puede lograr que las personas conozcan de los beneficios y de la experiencia culinaria de estos productos, volviendo un cliente fiel y que genere siempre una recompra.

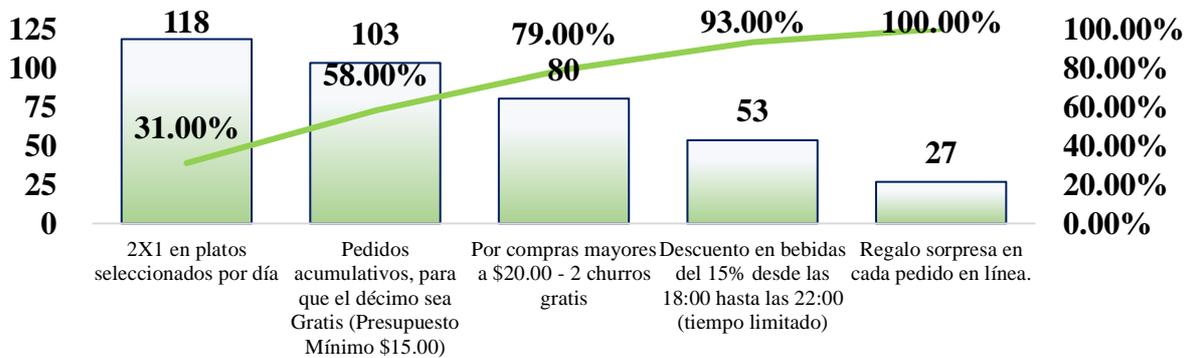
Pregunta 8.- ¿Qué tipo de promoción le gustaría que tuviera una marca que comercialice comida mexicana en redes sociales?

Tabla 12.
Promoción

P8	FRECUENCIA			
	Absoluta f_i	Acumulada f_{a_i}	Relativa f_{r_i}	Relativa Acumulada f_{ra_i}
2X1 en platos seleccionados por día	118	118	31.00%	31.00%
Pedidos acumulativos, para que el décimo sea Gratis (Presupuesto Mínimo \$15.00)	103	222	27.00%	58.00%
Por compras mayores a \$20.00 - 2 churros gratis	80	302	21.00%	79.00%
Descuento en bebidas del 15% desde las 18:00 hasta las 22:00 (tiempo limitado)	53	355	14.00%	93.00%
Regalo sorpresa en cada pedido en línea.	27	382	7.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 9.
Promoción



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 31% de los participantes les atrae con mayor fuerza la promoción del 2X1 en platos seleccionados por días, esto debido a la gran variedad que tienen de disfrutar solo por la paga de uno, el 27% considera los pedidos acumulativos para que el décimo sea gratis (presupuesto mínimo de consumo \$15.00 USD), el 21% de los participantes señalaron las compras mayores a \$20.00 – 2 churritos gratis, el 14% el descuento en bebidas del 15% desde las 18:00 hasta las 22:00 (tiempo limitado) y el 7% regalo sorpresa en cada pedido en línea. Por lo tanto, se concluyó que se debería aplicar las cuatro primeras opciones el 2X1 en los platos seleccionados por días, esto debido a la gran variedad que tienen de disfrutar solo por la paga de uno, los pedidos acumulativos para que el décimo sea gratis (presupuesto mínimo de consumo \$15.00 USD), así como las compras mayores a \$20.00 – 2 churros gratis, para que el cliente se fidelice a la marca y el descuento en bebidas del 15% desde las 18:00 hasta las 22:00 (tiempo limitado) para que exista una atracción en un tiempo determinado de consumo para el cliente.

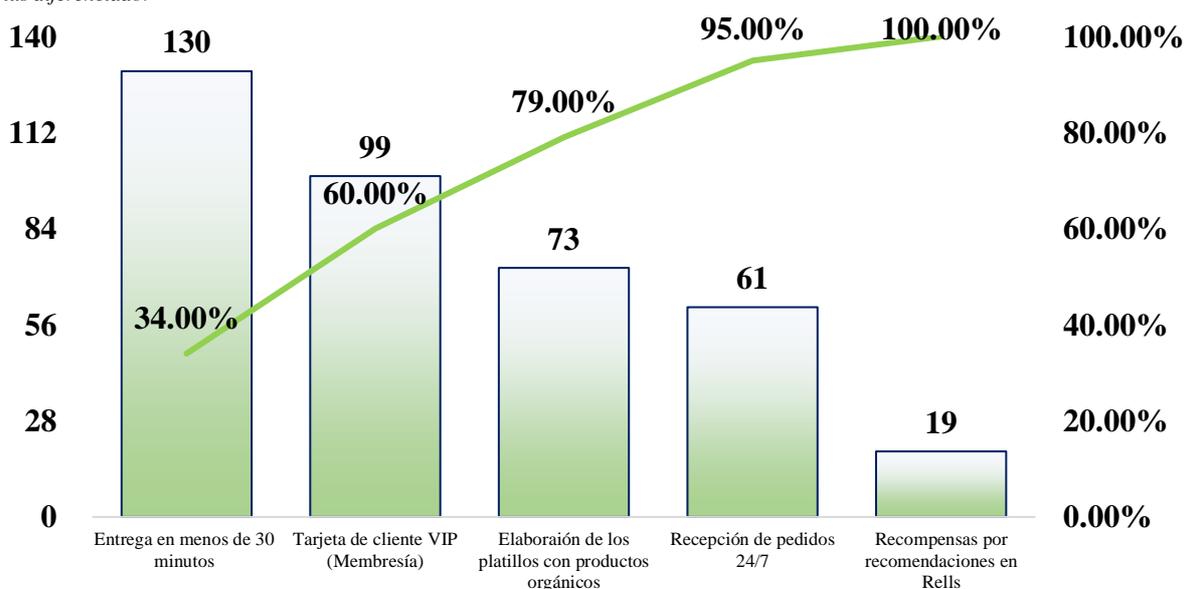
Pregunta 9.- ¿Cuál cree usted que sería el atributo insignia de una marca que comercialice comida mexicana en redes sociales para mejorar su experiencia?

Tabla 13.
Plus diferenciador

P9	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	f_i	fa_i	fr_i	fra_i
Entrega en menos de 30 minutos	130	130	34.00%	34.00%
Tarjeta de cliente VIP (Membresía)	99	229	26.00%	60.00%
Elaboración de los platillos con productos orgánicos	73	302	19.00%	79.00%
Recepción de pedidos 24/7	61	363	16.00%	95.00%
Recompensas por recomendaciones en Rells	19	382	5.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 10.
Plus diferenciador



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 34% de los participantes considera como plus diferenciador la entrega del pedido en menos de 30 minutos, el 26% las tarjetas de cliente VIP (Membresía), el 19% la elaboración de los platillo con productos orgánicos, el 16% la recepción de pedidos 24/7 y el 5% las recompensas por recomendación en rells. Por lo tanto, se concluyó que es necesario que como factor diferenciador se combinen las tres opciones más votadas por los clientes y así hacer una alternativa válida que genere una experiencia única al cliente meta.

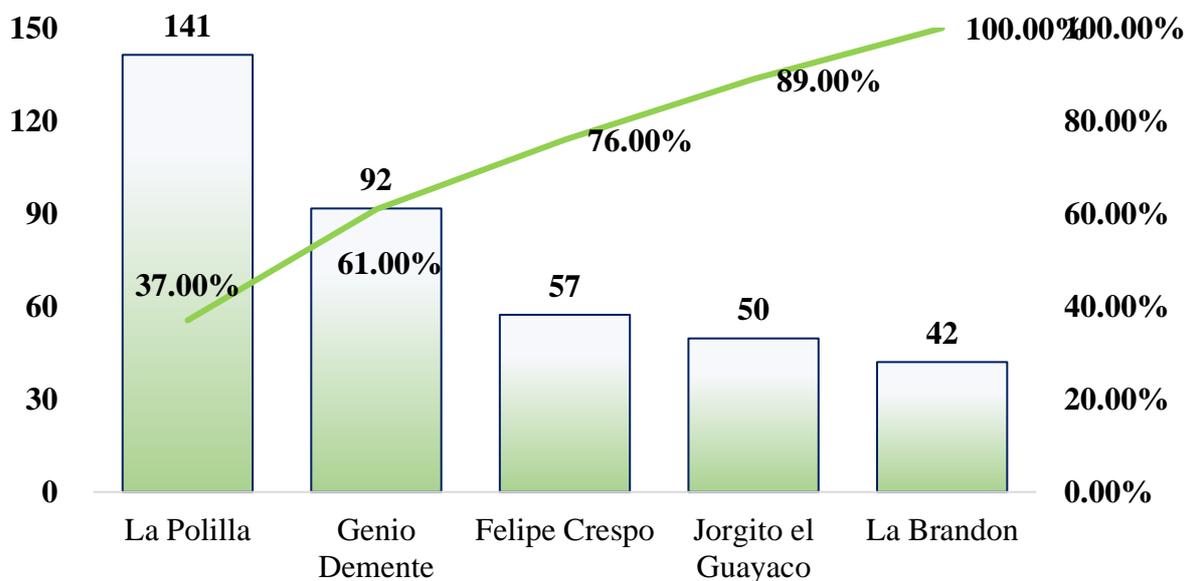
Pregunta 10.- ¿Qué influencer usted considera idóneo para comunicar sobre la comercialización de comida mexicana en redes sociales?

Tabla 14.
Influencer

P10	FRECUENCIA			
	Absoluta	Acumulada	Relativa	Relativa Acumulada
	f_i	fa_i	fr_i	fra_i
La Polilla	141	141	37.00%	37.00%
Genio Demente	92	233	24.00%	61.00%
Felipe Crespo	57	290	15.00%	76.00%
Jorgito el Guayaco	50	340	13.00%	89.00%
La Brandon	42	382	11.00%	100.00%
TOTAL	382		100.00%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Figura 11.
Influencer



Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Interpretación: Se observó que el 37% de los participantes considera como influencer idóneo para comunicar los beneficios de una marca que comercialice comida mexicana a La Polilla, el 24% a Genio Demente, el 15% Felipe Crespo, el 13% a Jorgito el Guayaco y 11% La Brandon. Por lo tanto, se concluyó que la mejor alternativa para comunicar los beneficios de la marca es el influencer La Polilla, ya que cuenta con la aceptación del cliente ideal. Además, si se trabaja en alianza con este personaje se puede lograr evaluar el público objetivo que lo sigue y captar su atención a través de sus seguidores.

6.5.2 *Análisis de los resultados obtenidos en la encuesta*

Con base a los resultados obtenidos en la encuesta se evidenció y concluyó que existe una gran aceptación por parte del público objetivo en el consumo de comida mexicana, por lo que sería importante aprovechar esta preferencia para ofertar el producto de forma que el cliente pueda solicitarla desde su domicilio en un tiempo estimado no mayor a 30 minutos. Del mismo modo, para iniciar en la comercialización del menú mexicano se oferte en primera instancia estos 4 platos mexicanos: burritos, nachos con queso / chili, tacos y copa mexicana, para de esa manera evaluar la satisfacción de los clientes en precio, sazón y asistencia inmediata. Al tener en cuenta estos aspectos no se padecerá de gastos mayores al momento de reajustar algún proceso en particular y en el caso de tener éxito incrementar la cartera de productos en el menú.

Por otro lado, existe una frecuencia de consumo al mes relativamente alta, por lo que la demanda de este producto es un factor clave que debe aprovecharse para su comercialización. Además, para que un negocio que comercialice comida mexicana es necesario que cumpla con 3 factores clave, los cuales son: atención inmediata, sazón única y precios asequibles. De poseer estas características la probabilidad de aceptación del público objetivo en continuar consumiendo los productos es alta. Es necesario que el menú de los platos mexicanos se encuentre ajustados al poder adquisitivo del target para que este pueda considerar su adquisición sin tantos cuestionamientos. Además que al poseer un precio justo el cliente lo considerara como una opción atractiva para realizar la recompra.

La mayor parte de los clientes ideales considera una alternativa muy satisfactoria la comercialización online de comida mexicana, esto es causado por la seguridad y comodidad que les brinda el poder disfrutar de una comida deliciosa sin tener la necesidad de salir de su casa en un tiempo de 30 minutos como garantía de entrega. Para hacer una campaña de comunicación exitosa del servicio que se pretende ofrecer es utilizar las principales redes sociales que usa el cliente ideal, es decir Instagram, Facebook y WhatsApp. Al tener en cuenta estos aspectos se puede lograr que las personas conozcan de los beneficios y de la experiencia culinaria de estos productos, volviendo un cliente fiel y que genere siempre una recompra.

Se debería aplicar las cuatro primeras opciones el 2X1 en los platos seleccionados por días, esto debido a la gran variedad que tienen de disfrutar solo por la paga de uno, los pedidos acumulativos para que el décimo sea gratis (presupuesto mínimo de consumo \$15.00 USD), así como las compras mayores a \$20.00 – 2 churros gratis, para que el cliente se fidelice a la marca

y el descuento en bebidas del 15% desde las 18:00 hasta las 22:00 (tiempo limitado) para que exista una atracción en un tiempo determinado de consumo para el cliente. Por consiguiente, es necesario que como factor diferenciador se combinen las tres opciones más votadas por los clientes y así hacer una alternativa válida que genere una experiencia única al cliente meta. Finalmente, la mejor alternativa para comunicar los beneficios de la marca es el influencer La Polilla, ya que cuenta con la aceptación del cliente ideal. Además, si se trabaja en alianza con este personaje se puede lograr evaluar el público objetivo que lo sigue y captar su atención a través de sus seguidores.

7 PLANIFICACIÓN FINANCIERA

7.1 Demanda potencial

Tabla 15.
Aspectos de la demanda potencial

Factor	Detalle	Cantidad	Fuente
n=	Número de posibles compradores	332	Pregunta 6 - Encuesta
q=	Frecuencia de consumo per capita	36	Pregunta 3 - Encuesta
p=	Precio promedio ajustado al poder adquisitivo del consumidor	18.33	Pregunta 5 - Encuesta

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 16.
Análisis de los precios de la competencia

Marcas	Precios	Promedio
Tijuana Mexican Food	\$20.00	
Orale Mexican Food Urdesa	\$15.00	
Rob Job Burritos	\$20.00	
Mero Wey	\$15.00	\$18.33
Lina Taquería	\$20.00	
Encuesta Pregunta 5	\$20.00	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

$$\begin{aligned} \text{Demanda Potencial} &= n * q * p \\ \text{Demanda Potencial} &= 363 * 36 * \$18.33 \\ \text{Demanda Potencial en Dólares} &= \$239,536.44 \\ \text{Demanda Potencial en Unidades} &= 13068 \end{aligned}$$

Tabla 17.
Captación de Demanda Insatisfecha

Demanda Insatisfecha	Porcentaje de Captación	Demanda Satisfecha
13068	90%	11761

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.2 Mano de Obra

Tabla 18.
Mano de obra

Detalle	Salario	Costo Mensual	Costo Anual
M.O.D.			
Chef Culinario	\$600.00	\$779.40	\$9,352.80
Auxiliar de Cocina	\$450.00	\$655.75	\$7,869.00
Total Mano de Obra Directa		\$1,435.15	\$17,221.80
M.O.I.			
Gerente General	\$800.00	\$1,026.70	\$12,320.40
Coordinador Adm.	\$500.00	\$655.75	\$7,869.00
Total Mano de Obra Indirecta		\$1,682.45	\$20,189.40
TOTAL		\$3,117.60	\$37,411.20

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.3 Materia prima

Tabla 19.
Producción

Unidades a Producir		11761
Burritos	30%	3528
Nachos con Queso	25%	2940
Nachos con Chili y Queso	20%	2352
Tacos Mixtos	15%	1764
Copa Mexicana	10%	1176
TOTAL	100%	11761

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 20.
Materia Prima directa

Descripción	Mercado			Receta			Cantidad	Costo	Total	Inventario
	Materiales e Insumos	Cantidad	Medida	Costo	Cantidad de Insumos	Medidas por insumo				
Burritos	Carne de res	1000	gr	\$0.89	500	gr	\$0.45	3528	\$1,570.12	1764
	Queso para fundir	500	gr	\$0.96	200	gr	\$0.38	3528	\$1,354.89	1411
	Frijoles refritos	600	gr	\$0.88	80	gr	\$0.12	3528	\$413.99	470
	Aceite de Oliva	500	ml	\$0.79	32	ml	\$0.05	3528	\$178.39	226
	Cebolla	1000	gr	\$0.21	150	gr	\$0.03	3528	\$111.14	529
	Pimiento Rojo	1000	q	\$0.30	50	gr	\$0.02	3528	\$52.93	176
	Pimiento Verde	1000	q	\$0.30	50	gr	\$0.02	3528	\$52.93	176
	Tortillas de Harina	10	q	\$0.44	1	q	\$0.04	3528	\$155.25	353
	Sal	1000	gr	\$0.09	5	gr	\$0.00	3528	\$1.59	18
	Pimienta	1000	gr	\$0.10	3	gr	\$0.00	3528	\$1.06	11
Bebida	500	ml	\$0.17	500	ml	\$0.17	3528	\$599.82	3528	
	Sub total						\$1.27		\$3,892.29	8663
Nachos con Queso	Nachos	1000	gr	\$0.84	500	gr	\$0.42	2940	\$1,234.93	1470
	Queso derretido Nachos	6	q	\$0.77	1	q	\$0.13	2940	\$377.34	490
	Queso para fundir	500	gr	\$0.96	200	gr	\$0.38	2940	\$1,129.08	1176
	Tocino	1000	gr	\$0.79	150	gr	\$0.12	2940	\$348.43	441
	Bebida	500	ml	\$0.17	500	ml	\$0.17	2940	\$499.85	2940
	Sub total						\$1.05		\$3,089.77	3577
Nachos con Chili y Queso	Nachos	1000	gr	\$0.84	500	gr	\$0.42	2352	\$987.94	1176
	Queso derretido Nachos	6	q	\$0.77	1	q	\$0.13	2352	\$301.87	392
	Queso para fundir	500	gr	\$0.96	200	gr	\$0.38	2352	\$903.26	941
	Tocino	1000	gr	\$0.79	150	gr	\$0.12	2352	\$278.74	353
	Chili	600	gr	\$0.80	300	gr	\$0.40	2352	\$940.90	1176
Bebida	500	ml	\$0.17	500	ml	\$0.17	2352	\$399.88	2352	
	Sub total						\$1.45		\$3,412.71	4038
Tacos Mixtos	Tortillas de Harina	10	q	\$0.44	1	q	\$0.04	1764	\$77.62	176
	Carne de res	1000	gr	\$0.89	500	gr	\$0.45	1764	\$785.06	882
	Carne de pollo	1000	gr	\$0.68	500	gr	\$0.34	1764	\$599.82	882
	Tomate	1000	gr	\$0.23	500	gr	\$0.12	1764	\$202.88	882
	Aceite de Oliva	500	ml	\$0.79	32	ml	\$0.05	1764	\$89.20	113
	Sal	1000	gr	\$0.09	7	gr	\$0.00	1764	\$1.11	12
	Pimienta	1000	gr	\$0.10	4	gr	\$0.00	1764	\$0.71	7
	Cebolla	1000	gr	\$0.21	150	gr	\$0.03	1764	\$55.57	265
	Ajo en polvo	1000	gr	\$0.66	32	gr	\$0.02	1764	\$37.26	56
	Jalapeño	315	gr	\$0.36	50	gr	\$0.06	1764	\$100.81	280
Bebida	500	ml	\$0.17	500	ml	\$0.17	1764	\$299.91	1764	
	Sub total						\$1.11		\$1,950.04	3556
Copa Mexicana	Carne molida de res	1000	gr	\$0.65	500	gr	\$0.33	1176	\$382.24	588
	Carne molida de cerdo	1000	gr	\$0.44	500	gr	\$0.22	1176	\$258.75	588
	Chili	600	gr	\$0.80	300	gr	\$0.40	1176	\$470.45	588
	Aceite de Oliva	500	ml	\$0.79	32	ml	\$0.05	1176	\$59.46	75
	Ajo en polvo	1000	gr	\$0.66	32	gr	\$0.02	1176	\$24.84	38
	Cebolla	1000	gr	\$0.21	150	gr	\$0.03	1176	\$37.05	176
	Tomate	1000	gr	\$0.23	500	gr	\$0.12	1176	\$135.25	588
	Pimiento Rojo	1000	q	\$0.30	50	gr	\$0.02	1176	\$17.64	59
	Pimiento Verde	1000	q	\$0.30	50	gr	\$0.02	1176	\$17.64	59
	Sal	1000	gr	\$0.09	9	gr	\$0.00	1176	\$0.95	11
	Pimienta	1000	gr	\$0.10	6	gr	\$0.00	1176	\$0.71	7
	Limón	1000	gr	\$0.50	10	gr	\$0.01	1176	\$5.88	12
	Queso para fundir	500	gr	\$0.96	200	gr	\$0.38	1176	\$451.63	470
Crema Agria	600	gr	\$0.50	100	gr	\$0.08	1176	\$98.01	196	
Bebida	500	ml	\$0.17	500	ml	\$0.17	1176	\$199.94	1176	
	Sub total						\$1.67		\$1,960.50	3455
	TOTAL						\$6.55	11761	\$14,305.30	\$23,289.84

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 21.
Materia Prima Indirecta

Descripción	Materiales e Insumos	Medidas u Unidades	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Burritos	Energía eléctrica	1	\$0.14	3528	\$493.97
	Consumo de agua	1	\$0.12	3528	\$423.40
	Consumo de gas	1	\$0.09	3528	\$317.55
	Aderezo A	1	\$0.23	3528	\$811.52
	Aderezo B	1	\$0.35	3528	\$1,234.93
	Papel aluminio	1	\$0.08	3528	\$282.27
	Delivery	1	\$2.00	3528	\$7,056.72
	Funda de Cartón Brandeada	1	\$0.03	3528	\$105.85
	Soporte de alimentos	1	\$0.04	3528	\$141.13
	Vaso de Cartón Brandeado	1	\$0.04	3528	\$141.13
	Sub total		\$3.12		\$10,867.35
Nachos con Queso	Delivery	1	\$2.00	2940	\$5,880.60
	Funda de Cartón Brandeada	1	\$0.03	2940	\$88.21
	Consumo de gas	1	\$0.09	2940	\$264.63
	Soporte de alimentos	1	\$0.04	2940	\$117.61
	Vaso de Cartón Brandeado	1	\$0.04	2940	\$117.61
	Sub total		\$2.16		\$6,351.05
Nachos con Chili y Queso	Delivery	1	\$2.00	2352	\$4,704.48
	Funda de Cartón Brandeada	1	\$0.03	2352	\$70.57
	Consumo de gas	1	\$0.09	2352	\$211.70
	Soporte de alimentos	1	\$0.04	2352	\$94.09
	Vaso de Cartón Brandeado	1	\$0.04	2352	\$94.09
	Sub total		\$2.16		\$5,080.84
Tacos Mixtos	Energía eléctrica	1	\$0.16	1764	\$282.27
	Consumo de agua	1	\$0.14	1764	\$246.99
	Consumo de gas	1	\$0.11	1764	\$194.06
	Aderezo A	1	\$0.23	1764	\$405.76
	Aderezo B	1	\$0.35	1764	\$617.46
	Papel aluminio	1	\$0.08	1764	\$141.13
	Delivery	1	\$2.00	1764	\$3,528.36
	Funda de Cartón Brandeada	1	\$0.03	1764	\$52.93
	Soporte de alimentos	1	\$0.04	1764	\$70.57
	Vaso de Cartón Brandeado	1	\$0.04	1764	\$70.57
	Sub total		\$3.14		\$5,539.53
Copa Mexicana	Energía eléctrica	1	\$0.11	1176	\$129.37
	Consumo de agua	1	\$0.10	1176	\$117.61
	Consumo de gas	1	\$0.13	1176	\$152.90
	Aderezo A	1	\$0.23	1176	\$270.51
	Aderezo B	1	\$0.35	1176	\$411.64
	Delivery	1	\$2.00	1176	\$2,352.24
	Funda de Cartón Brandeada	1	\$0.03	1176	\$35.28
	Soporte de alimentos	1	\$0.04	1176	\$47.04
Vaso de Cartón Brandeado	1	\$0.04	1176	\$47.04	
	Sub total		\$2.99		\$3,516.60
	TOTAL		\$10.58	11761	\$31,355.36

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 22.
Materia Prima

Detalle	Costo Unitario	Costo Anual
M.P.D.		
Burritos	\$1.27	\$3,892.29
Nachos con Queso	\$1.05	\$3,089.77
Nachos con Chili y Queso	\$1.45	\$3,412.71
Tacos Mixtos	\$1.11	\$1,950.04
Copa Mexicana	\$1.67	\$1,960.50
Total Materia Prima Directa	\$6.55	\$14,305.30
M.P.I.		
Burritos	\$3.12	\$10,867.35
Nachos con Queso	\$2.16	\$6,351.05
Nachos con Chili y Queso	\$2.16	\$5,080.84
Tacos Mixtos	\$3.14	\$5,539.53
Copa Mexicana	\$2.99	\$3,516.60
Tota Materia Prima Indirecta	\$13.57	\$31,355.36
TOTAL	\$20.12	\$45,660.66

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.4 Inversión Fija

Tabla 23.
Equipos de Computación

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Laptop HP	1	\$500.00	\$500.00
Computadora de escritorio HP	1	\$350.00	\$350.00
Parlante	2	\$20.00	\$40.00
Impresora	1	\$120.00	\$120.00
Datafast	1	\$300.00	\$300.00
TOTAL		\$1,290.00	\$1,310.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 24.
Muebles de oficina

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Escritorio de madera	1	\$80.00	\$80.00
Estantería metálica	4	\$30.00	\$120.00
Silla plástica	4	\$15.00	\$60.00
Sillón ejecutiva	1	\$95.00	\$95.00
Silla oficina	1	\$40.00	\$40.00
TOTAL		\$260.00	\$395.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 25.
Equipos de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Acondicionador de Aire 12,000 BTU TLC	1	\$250.00	\$250.00
Teléfono	2	\$10.00	\$20.00
Archivadores	3	\$25.00	\$75.00
Congelador	1	\$650.00	\$650.00
Cocina Industrial	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Planchero	1	\$480.00	\$480.00
Olla de presión	1	\$160.00	\$160.00
Licuada	1	\$60.00	\$60.00
Microondas	1	\$90.00	\$90.00
Refrigeradora	1	\$549.00	\$549.00
Coche de escurridor trapeador	1	\$20.00	\$20.00
Caja registradora	1	\$250.00	\$250.00
TOTAL		\$3,544.00	\$3,604.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 26.
Herramienta

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Bandeja Metálica	5	\$35.00	\$175.00
Sartén	5	\$25.00	\$125.00
Olla	5	\$12.00	\$60.00
Juego de tazas medidoras	3	\$6.00	\$18.00
Cucharitas	3	\$5.00	\$15.00

Jarra	3	\$8.00	\$24.00
Tabla de picar	3	\$4.00	\$12.00
Exprimidor manual	3	\$2.50	\$7.50
Cucharon	5	\$3.00	\$15.00
Colador de malla meta	3	\$5.00	\$15.00
Cuchillo picador	3	\$8.00	\$24.00
Recipiente para conservar frejoles	3	\$10.00	\$30.00
Espátula	5	\$5.00	\$25.00
TOTAL		\$128.50	\$545.50

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 27.
Adecuaciones

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Diseño de departamento administrativo	1	\$500.00	\$500.00
Diseño de bodega	1	\$500.00	\$500.00
Instalación de puntos eléctricos	1	\$50.00	\$50.00
Lavadero de plato	1	\$200.00	\$200.00
Campana extractora	1	\$15.00	\$15.00
Trampa de grasa	1	\$100.00	\$100.00
TOTAL		\$1,365.00	\$1,365.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 28.
Vehículos

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Camioneta Luv Dimax	1	\$36,000.00	\$36,000.00
Motocicleta Honda Navi	3	\$2,000.00	\$6,000.00
TOTAL		\$38,000.00	\$42,000.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 29.
Marca

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Creación de la marca	1	\$100.00	\$100.00
TOTAL		\$100.00	\$100.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 30.
Patentes

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Registro de la fórmula	5	\$150.00	\$750.00
TOTAL		\$150.00	\$750.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 31.
Gastos de Capacitación

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Capacitación de servicio al cliente	1	\$50.00	\$50.00
Capacitación de manejo administrativo	1	\$50.00	\$50.00
Capacitación de Funciones operarias y seguridad	1	\$50.00	\$50.00
TOTAL		\$150.00	\$150.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 32.
Derechos de Autor

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Autenticidad del doc.	1	\$300.00	\$300.00
TOTAL		\$300.00	\$300.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 33.
Gastos de Constitución

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Registro de marca y empresa	1	\$250.00	\$250.00
Pago de inspección de los bomberos	1	\$50.00	\$50.00
Patente municipal	1	\$30.00	\$30.00
Permisos de funcionamiento	1	\$100.00	\$100.00
Certificado sanitario de los empleados	1	\$50.00	\$50.00
TOTAL		\$480.00	\$480.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 34.
Inversión Fija

Detalle	Sub-Total	Total	Participación %
Tangible		\$49,219.50	96.51%
Equipos de Computación	\$1,310.00		2.66%
Muebles de Oficina	\$395.00		0.80%
Equipos de Oficinas	\$3,604.00		7.32%
Herramientas	\$545.50		1.11%
Adecuaciones	\$1,365.00		2.77%
Vehículos	\$42,000.00		85.33%
Intangible		\$1,780.00	3.49%
Marcas	\$100.00		5.62%
Patentes	\$750.00		42.13%
Gastos de Capacitación	\$150.00		8.43%
Derechos de autor	\$300.00		16.85%
Gastos de Constitución	\$480.00		26.97%
TOTAL		\$50,999.50	100.00%

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.5 Amortización

Tabla 35.
Amortización

Detalle	Monto	Vida útil	Valor residual
Marcas	\$100.00	3	\$33.33
Patentes	\$750.00	3	\$250.00
Gastos de Capacitación	\$150.00	3	\$50.00
Derechos de autor	\$300.00	3	\$100.00
Sub-total			\$433.33
Gastos de Constitución	\$480.00	5	\$96.00
Sub-total			\$96.00
TOTAL Amortización en 3 últimos años			\$529.33
TOTAL Amortización en 2 últimos años			\$96.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.6 Depreciación

Tabla 36.
Depreciación

Detalle	Monto	Vida útil	Valor residual
Equipos de Computación	\$1,310.00	3	\$436.67
Sub-total			\$436.67
Vehículos	\$42,000.00	5	\$8,400.00
Sub-total			\$8,400.00
Muebles de Oficina	\$395.00	10	\$39.50
Equipos de Oficinas	\$3,604.00	10	\$360.40
Herramientas	\$545.50	10	\$54.55
Sub-total			\$454.45
Adecuaciones	\$1,365.00	20	\$68.25
Sub-total			\$68.25
TOTAL Depreciación en 3 últimos años			\$9,359.37
TOTAL Depreciación en 2 últimos años			\$8,922.70

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.7 Costos Administrativos

Tabla 37.
Gastos de Funcionamiento

Detalle	Veces al año	Costo Mensual	Costo Anual
(+) Alquiler del espacio físico	12	\$450.00	\$5,400.00
(+) Servicio de Internet y Teléfono convencional	12	\$30.00	\$360.00
(+) Servicio de agua	12	\$80.00	\$960.00
(+) Servicio de energía eléctrica	12	\$100.00	\$1,200.00
(+) Honorarios de Contador	12	\$20.00	\$240.00
(+) Suministros de bioseguridad	12	\$10.00	\$120.00
(+) Suministros de limpieza	12	\$10.00	\$120.00
(+) Honorarios de limpieza	12	\$120.00	\$1,440.00
(+) Utensilios de Oficina	12	\$10.00	\$120.00
TOTAL		\$830.00	\$9,960.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 38.
Costos Administrativos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Gastos de Funcionamiento	\$830.00	\$9,960.00
Amortización de Activos Intangibles	\$44.11	\$529.33
Salarios Administrativos	\$1,435.15	\$17,221.80
Depreciación de Activos Tangibles	\$779.95	\$9,359.37
TOTAL	\$2,309.26	\$27,711.13

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.8 Costos de Marketing

Tabla 39.
Gastos de Publicidad tradicional

Detalle	Cantidad	Veces al año	Costo Mensual	Costo Anual
Flayers	1000	3	\$25.00	\$75.00
Trípticos	1000	3	\$25.00	\$75.00
Material P.O.P	4	2	\$100.00	\$200.00
Cuña radial	1	4	\$60.00	\$240.00
Muestras del producto	4	4	\$60.00	\$240.00
Perifoneo	1	12	\$10.00	\$120.00
TOTAL			\$280.00	\$950.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 40.
Gastos de Publicidad Virtual

Detalle	Cantidad	Veces al año	Costo Mensual	Costo Anual
Diseño comercial de cuentas sociales	1	1	\$100.00	\$100.00
Diseño de página web	1	1	\$500.00	\$500.00
Diseño de contenidos publicitarios	250	12	\$100.00	\$1,200.00
Servicio prestado de Community manager	1	12	\$200.00	\$2,400.00
Campañas Ads. en redes sociales	250	12	\$100.00	\$1,200.00
TOTAL			\$1,000.00	\$5,400.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 41.
Gastos de ventas

Detalle	Cantidad	Veces al año	Costo Mensual	Costo Anual
Descuentos	-	12	\$150.00	\$1,800.00
TOTAL			\$150.00	\$1,800.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 42.
Costos de Marketing y Ventas

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Gastos de Publicidad Tradicional	\$79.17	\$950.00
Gastos de Publicidad Virtual	\$450.00	\$5,400.00
Gastos de Promoción	\$150.00	\$1,800.00
TOTAL	\$679.17	\$8,150.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.9 Costos de Productos

Tabla 43.
Costos de burritos

Detalle	Costo mensual	Costo Anual
Unidades		3528
Costos Variables		
Mano de Obra Directa	\$430.55	\$5,166.54
Materia Prima Directa	\$324.36	\$3,892.29
Materia Prima Indirecta	\$905.61	\$10,867.35
Total Costos Variables	\$1,660.51	\$19,926.18
Costos Fijos		
Costos Administrativos		
Gastos de Funcionamiento	\$249.00	\$2,988.00
Amortización de Activos Intangibles	\$13.23	\$158.80
Salarios Administrativos	\$430.55	\$5,166.54
Depreciación de Activos Tangibles	\$233.98	\$2,807.81
Costos de Marketing y Ventas	\$203.75	\$2,445.00
Total Costos Fijos	\$1,130.51	\$13,566.15
TOTAL	\$2,791.03	\$33,492.33

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 44.
Costos de Nachos con Queso

Detalle	Costo mensual	Costo Anual
Unidades		2940
Costos Variables		
Mano de Obra Directa	\$358.79	\$4,305.45
Materia Prima Directa	\$257.48	\$3,089.77
Materia Prima Indirecta	\$529.25	\$6,351.05
Total Costos Variables	\$1,145.52	\$13,746.26
Costos Fijos		
Costos Administrativos		
Gastos de Funcionamiento	\$207.50	\$2,490.00
Amortización de Activos Intangibles	\$11.03	\$132.33
Salarios Administrativos	\$358.79	\$4,305.45
Depreciación de Activos Tangibles	\$194.99	\$2,339.84
Costos de Marketing y Ventas	\$169.79	\$2,037.50
Total Costos Fijos	\$942.09	\$11,305.13
TOTAL	\$2,087.62	\$25,051.39

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 45.
Costos de Nachos con Chile y Queso

Detalle	Costo mensual	Costo Anual
Unidades		2352
Costos Variables		
Mano de Obra Directa	\$287.03	\$3,444.36
Materia Prima Directa	\$284.39	\$3,412.71
Materia Prima Indirecta	\$423.40	\$5,080.84
Total Costos Variables	\$994.83	\$11,937.91
Costos Fijos		
Costos Administrativos		
Gastos de Funcionamiento	\$166.00	\$1,992.00
Amortización de Activos	\$8.82	\$105.87
Intangibles		
Salarios Administrativos	\$287.03	\$3,444.36
Depreciación de Activos Tangibles	\$155.99	\$1,871.87
Costos de Marketing y Ventas	\$135.83	\$1,630.00
Total Costos Fijos	\$753.68	\$9,044.10
TOTAL	\$1,748.50	\$20,982.01

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 46.
Costos de Tacos

Detalle	Costo mensual	Costo Anual
Unidades		1764
Costos Variables		
Mano de Obra Directa	\$215.27	\$2,583.27
Materia Prima Directa	\$162.50	\$1,950.04
Materia Prima Indirecta	\$461.63	\$5,539.53
Total Costos Variables	\$839.40	\$10,072.84
Costos Fijos		
Costos Administrativos		
Gastos de Funcionamiento	\$124.50	\$1,494.00
Amortización de Activos	\$6.62	\$79.40
Intangibles		
Salarios Administrativos	\$215.27	\$2,583.27
Depreciación de Activos Tangibles	\$116.99	\$1,403.91
Costos de Marketing y Ventas	\$101.88	\$1,222.50
Total Costos Fijos	\$565.26	\$6,783.08
TOTAL	\$1,404.66	\$16,855.91

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 47.
Costos de Copa Mexicana

Detalle	Costo mensual	Costo Anual
Unidades		1176
Costos Variables		
Mano de Obra Directa	\$143.52	\$1,722.18
Materia Prima Directa	\$163.38	\$1,960.50
Materia Prima Indirecta	\$293.05	\$3,516.60
Total Costos Variables	\$599.94	\$7,199.28
Costos Fijos		
Costos Administrativos		
Gastos de Funcionamiento	\$83.00	\$996.00
Amortización de Activos Intangibles	\$4.41	\$52.93
Salarios Administrativos	\$143.52	\$1,722.18
Depreciación de Activos Tangibles	\$77.99	\$935.94
Costos de Marketing y Ventas	\$67.92	\$815.00
Total Costos Fijos	\$376.84	\$4,522.05
TOTAL	\$976.78	\$11,721.33

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 48.
Costos totales de productos

Detalle	Costo mensual	Costo Anual
Unidades		11761
Costos Variables		
Mano de Obra Directa	\$1,435.15	\$17,221.80
Materia Prima Directa	\$1,192.11	\$14,305.30
Materia Prima Indirecta	\$2,612.95	\$31,355.36
Total Costos Variables	\$5,240.21	\$62,882.46
Costos Fijos		
Costos Administrativos		
Gastos de Funcionamiento	\$830.00	\$9,960.00
Amortización de Activos Intangibles	\$44.11	\$529.33
Salarios Administrativos	\$1,435.15	\$17,221.80
Depreciación de Activos Tangibles	\$779.95	\$9,359.37
Costos de Marketing y Ventas	\$679.17	\$8,150.00
Total Costos Fijos	\$3,768.38	\$45,220.50
TOTAL	\$9,008.58	\$108,102.96

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.10 Precio

Tabla 49.
Precio de los productos

Productos	Costo Total Unitario	Margen	Precio
Burritos	\$9.49	21%	\$12.00
Nachos con Queso	\$8.52	23%	\$11.00
Nachos con Chili y Queso	\$8.92	22%	\$11.50
Tacos Mixtos	\$9.55	20%	\$12.00
Copa Mexicana	\$9.97	26%	\$13.50

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.1 Capital de trabajo

Tabla 50.
Capital de Trabajo

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Porcentaje de venta	1%	2%	4%	7%	9%	9%	10%	10%	12%	12%	12%	12%
Unidades												
Burritos	35	71	141	247	318	318	353	353	423	423	423	423
Nachos con Queso	29	59	118	206	265	265	294	294	353	353	353	353
Nachos con Chili y Queso	24	47	94	165	212	212	235	235	282	282	282	282
Tacos Mixtos	18	35	71	123	159	159	176	176	212	212	212	212
Copa Mexicana	12	24	47	82	106	106	118	118	141	141	141	141
Total de Unidades	118	235	470	823	1059	1059	1176	1176	1411	1411	1411	1411
Ingresos												
Burritos												
Precio de venta	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00
Total de Ingresos Burrito	\$423.40	\$846.81	\$1,693.61	\$2,963.82	\$3,810.63	\$3,810.63	\$4,234.03	\$4,234.03	\$5,080.84	\$5,080.84	\$5,080.84	\$5,080.84
Nachos con Queso												
Precio de venta	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00	\$11.00
Total de Ingresos Nachos con Queso	\$323.43	\$646.87	\$1,293.73	\$2,264.03	\$2,910.90	\$2,910.90	\$3,234.33	\$3,234.33	\$3,881.20	\$3,881.20	\$3,881.20	\$3,881.20
Nachos con Chili y Queso												
Precio de venta	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50	\$11.50
Total de Ingresos Nachos con Chili y Queso	\$270.51	\$541.02	\$1,082.03	\$1,893.55	\$2,434.57	\$2,434.57	\$2,705.08	\$2,705.08	\$3,246.09	\$3,246.09	\$3,246.09	\$3,246.09
Tacos Mixtos												
Precio de venta	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00
Total de Ingresos Tacos Mixtos	\$211.70	\$423.40	\$846.81	\$1,481.91	\$1,905.31	\$1,905.31	\$2,117.02	\$2,117.02	\$2,540.42	\$2,540.42	\$2,540.42	\$2,540.42
Copa Mexicana												
Precio de venta	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50	\$13.50
Total de Ingresos Copa Mexicana	\$158.78	\$317.55	\$635.10	\$1,111.43	\$1,428.99	\$1,428.99	\$1,587.76	\$1,587.76	\$1,905.31	\$1,905.31	\$1,905.31	\$1,905.31
Total de Ingresos	\$1,387.82	\$2,775.64	\$5,551.29	\$9,714.75	\$12,490.39	\$12,490.39	\$13,878.22	\$13,878.22	\$16,653.86	\$16,653.86	\$16,653.86	\$16,653.86
Egresos												
Costos Variables												
Burritos												
Costo variables Unitarios	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65	\$5.65
Total de Producción Burritos	\$199.26	\$398.52	\$797.05	\$1,394.83	\$1,793.36	\$1,793.36	\$1,992.62	\$1,992.62	\$2,391.14	\$2,391.14	\$2,391.14	\$2,391.14
Nachos con Queso												
Costo variables Unitarios	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68	\$4.68
Total de Producción Nacho con Queso	\$137.46	\$274.93	\$549.85	\$962.24	\$1,237.16	\$1,237.16	\$1,374.63	\$1,374.63	\$1,649.55	\$1,649.55	\$1,649.55	\$1,649.55
Nachos con Chili y Queso												
Costo variables Unitarios	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08	\$5.08
Total de Producción Nacho con Chili y Queso	\$119.38	\$238.76	\$477.52	\$835.65	\$1,074.41	\$1,074.41	\$1,193.79	\$1,193.79	\$1,432.55	\$1,432.55	\$1,432.55	\$1,432.55
Tacos Mixtos												
Costo variables Unitarios	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71	\$5.71
Total de Producción Tacos Mixtos	\$100.73	\$201.46	\$402.91	\$705.10	\$906.56	\$906.56	\$1,007.28	\$1,007.28	\$1,208.74	\$1,208.74	\$1,208.74	\$1,208.74
Copa Mexicana												
Costo variables Unitarios	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12	\$6.12
Total de Producción Copa Mexicana	\$71.99	\$143.99	\$287.97	\$503.95	\$647.94	\$647.94	\$719.93	\$719.93	\$863.91	\$863.91	\$863.91	\$863.91
Total Costos Variables	\$628.82	\$1,257.65	\$2,515.30	\$4,401.77	\$5,659.42	\$5,659.42	\$6,288.25	\$6,288.25	\$7,545.90	\$7,545.90	\$7,545.90	\$7,545.90
Costos Fijos												
Costos de Funcionamiento	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38	\$3,768.38
Total de Egresos	\$4,397.20	\$5,026.02	\$6,283.67	\$8,170.15	\$9,427.80	\$9,427.80	\$10,056.62	\$10,056.62	\$11,314.27	\$11,314.27	\$11,314.27	\$11,314.27
Utilidad												
Utilidad Bruta	-\$3,009.38	-\$2,250.38	-\$732.39	\$1,544.60	\$3,062.60	\$3,062.60	\$3,821.59	\$3,821.59	\$5,339.59	\$5,339.59	\$5,339.59	\$5,339.59
Saldo Acumulativo	-\$3,009.38	-\$5,259.76	-\$5,992.15	-\$4,447.54	-\$1,384.94	\$1,677.65	\$5,499.25	\$9,320.84	\$14,660.43	\$20,000.02	\$25,339.61	\$30,679.20

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.2 Inversión Total

Tabla 51.
Inversión Total

Detalle	Total	Participación %
Inversión fija		43%
Inversión Tangible		
Equipos de Computación	\$1,310.00	
Muebles de Oficina	\$395.00	
Equipos de Oficinas	\$3,604.00	
Herramientas	\$545.50	
Adecuaciones	\$1,365.00	
Vehículos	\$42,000.00	
Inversión Intangible		
Marcas	\$100.00	
Patentes	\$750.00	
Gastos de Capacitación	\$150.00	
Derechos de autor	\$300.00	
Gastos de Constitución	\$480.00	
Total Inversión Fija	\$50,999.50	
Capital de Trabajo		57%
Inventario	\$62,882.46	
Imprevistos	\$5,992.15	
Total de Capital Trabajo	\$68,874.61	
TOTAL	\$119,874.11	100%

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.3 Financiamiento

Tabla 52.
Apalancamiento financiero

Detalle	Valor	% de aportación por participación	Inversión Total
Deuda financiera	\$83,911.88	70%	
Capital aportado por los accionistas	\$35,962.23	30%	\$119,874.11
Inversión Total	\$119,874.11	100%	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 53.
Aspectos del préstamo

Detalle	Características
Tipo	Microcrédito
Entidad Financiera	CFN
Segmento	Capital de trabajo
Préstamo	\$83,911.88
Tasa de interés	11.04%
Periodos	5
Meses	60
Cuotas	\$1,826.12

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 54.
Tabla de Amortización francesa

Meses	Capital	Cuotas	Interés	Abono capital	Saldo final
0					\$83,911.88
1	\$83,911.88	\$1,826.12	\$771.99	\$1,054.13	\$82,857.74
2	\$82,857.74	\$1,826.12	\$762.29	\$1,063.83	\$81,793.91
3	\$81,793.91	\$1,826.12	\$752.50	\$1,073.62	\$80,720.30
4	\$80,720.30	\$1,826.12	\$742.63	\$1,083.50	\$79,636.80
5	\$79,636.80	\$1,826.12	\$732.66	\$1,093.46	\$78,543.34
6	\$78,543.34	\$1,826.12	\$722.60	\$1,103.52	\$77,439.81
7	\$77,439.81	\$1,826.12	\$712.45	\$1,113.68	\$76,326.14
8	\$76,326.14	\$1,826.12	\$702.20	\$1,123.92	\$75,202.22
9	\$75,202.22	\$1,826.12	\$691.86	\$1,134.26	\$74,067.96
10	\$74,067.96	\$1,826.12	\$681.43	\$1,144.70	\$72,923.26
11	\$72,923.26	\$1,826.12	\$670.89	\$1,155.23	\$71,768.03
12	\$71,768.03	\$1,826.12	\$660.27	\$1,165.86	\$70,602.17
Período 1		\$21,913.46	\$8,603.76	\$13,309.70	
13	\$70,602.17	\$1,826.12	\$649.54	\$1,176.58	\$69,425.59
14	\$69,425.59	\$1,826.12	\$638.72	\$1,187.41	\$68,238.19
15	\$68,238.19	\$1,826.12	\$627.79	\$1,198.33	\$67,039.86
16	\$67,039.86	\$1,826.12	\$616.77	\$1,209.36	\$65,830.50
17	\$65,830.50	\$1,826.12	\$605.64	\$1,220.48	\$64,610.02
18	\$64,610.02	\$1,826.12	\$594.41	\$1,231.71	\$63,378.31
19	\$63,378.31	\$1,826.12	\$583.08	\$1,243.04	\$62,135.27
20	\$62,135.27	\$1,826.12	\$571.64	\$1,254.48	\$60,880.79
21	\$60,880.79	\$1,826.12	\$560.10	\$1,266.02	\$59,614.77
22	\$59,614.77	\$1,826.12	\$548.46	\$1,277.67	\$58,337.11
23	\$58,337.11	\$1,826.12	\$536.70	\$1,289.42	\$57,047.69
24	\$57,047.69	\$1,826.12	\$524.84	\$1,301.28	\$55,746.40
Período 2		\$21,913.46	\$7,057.69	\$14,855.77	
25	\$55,746.40	\$1,826.12	\$512.87	\$1,313.25	\$54,433.15
26	\$54,433.15	\$1,826.12	\$500.78	\$1,325.34	\$53,107.81
27	\$53,107.81	\$1,826.12	\$488.59	\$1,337.53	\$51,770.28
28	\$51,770.28	\$1,826.12	\$476.29	\$1,349.84	\$50,420.45
29	\$50,420.45	\$1,826.12	\$463.87	\$1,362.25	\$49,058.19
30	\$49,058.19	\$1,826.12	\$451.34	\$1,374.79	\$47,683.41
31	\$47,683.41	\$1,826.12	\$438.69	\$1,387.43	\$46,295.97
32	\$46,295.97	\$1,826.12	\$425.92	\$1,400.20	\$44,895.77
33	\$44,895.77	\$1,826.12	\$413.04	\$1,413.08	\$43,482.69
34	\$43,482.69	\$1,826.12	\$400.04	\$1,426.08	\$42,056.61
35	\$42,056.61	\$1,826.12	\$386.92	\$1,439.20	\$40,617.41
36	\$40,617.41	\$1,826.12	\$373.68	\$1,452.44	\$39,164.97
Período 3		\$21,913.46	\$5,332.03	\$16,581.44	
37	\$39,164.97	\$1,826.12	\$360.32	\$1,465.80	\$37,699.16

38	\$37,699.16	\$1,826.12	\$346.83	\$1,479.29	\$36,219.87
39	\$36,219.87	\$1,826.12	\$333.22	\$1,492.90	\$34,726.97
40	\$34,726.97	\$1,826.12	\$319.49	\$1,506.63	\$33,220.34
41	\$33,220.34	\$1,826.12	\$305.63	\$1,520.49	\$31,699.85
42	\$31,699.85	\$1,826.12	\$291.64	\$1,534.48	\$30,165.36
43	\$30,165.36	\$1,826.12	\$277.52	\$1,548.60	\$28,616.76
44	\$28,616.76	\$1,826.12	\$263.27	\$1,562.85	\$27,053.91
45	\$27,053.91	\$1,826.12	\$248.90	\$1,577.23	\$25,476.69
46	\$25,476.69	\$1,826.12	\$234.39	\$1,591.74	\$23,884.95
47	\$23,884.95	\$1,826.12	\$219.74	\$1,606.38	\$22,278.57
48	\$22,278.57	\$1,826.12	\$204.96	\$1,621.16	\$20,657.41
Período 4	\$21,913.46	\$1,826.12	\$3,405.91	\$18,507.55	
49	\$20,657.41	\$1,826.12	\$190.05	\$1,636.07	\$19,021.34
50	\$19,021.34	\$1,826.12	\$175.00	\$1,651.13	\$17,370.21
51	\$17,370.21	\$1,826.12	\$159.81	\$1,666.32	\$15,703.90
52	\$15,703.90	\$1,826.12	\$144.48	\$1,681.65	\$14,022.25
53	\$14,022.25	\$1,826.12	\$129.00	\$1,697.12	\$12,325.13
54	\$12,325.13	\$1,826.12	\$113.39	\$1,712.73	\$10,612.40
55	\$10,612.40	\$1,826.12	\$97.63	\$1,728.49	\$8,883.92
56	\$8,883.92	\$1,826.12	\$81.73	\$1,744.39	\$7,139.53
57	\$7,139.53	\$1,826.12	\$65.68	\$1,760.44	\$5,379.09
58	\$5,379.09	\$1,826.12	\$49.49	\$1,776.63	\$3,602.45
59	\$3,602.45	\$1,826.12	\$33.14	\$1,792.98	\$1,809.47
60	\$1,809.47	\$1,826.12	\$16.65	\$1,809.47	\$0.00
Período 5	\$21,913.46	\$1,826.12	\$1,256.05	\$20,657.41	

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 55.
Interés Pagado por año

Período	Monto
1	\$8,603.76
2	\$7,057.69
3	\$5,332.03
4	\$3,405.91
5	\$1,256.05
TOTAL	\$25,655.44

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 56.
Pago capital por año

Período	Monto
1	\$13,309.70
2	\$14,855.77
3	\$16,581.44
4	\$18,507.55
5	\$20,657.41
TOTAL	\$83,911.88

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.4 Proyección de precio

Tabla 57.
Proyección de precio

Detalle	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Burritos	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Nachos con Queso	\$11.00	\$12.10	\$13.32	\$14.65	\$16.12
Nachos con Chili y Queso	\$11.50	\$12.65	\$13.92	\$15.32	\$16.85
Tacos Mixtos	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Copa Mexicana	\$13.50	\$14.85	\$16.34	\$17.98	\$19.78

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.5 Proyección de sueldos

Tabla 58.
Proyección de sueldos

DETALLE	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Sueldos Administrativos	\$20,189.40	\$23,602.50	\$25,883.42	\$28,412.49	\$31,172.69
Sueldos Operativos	\$16,479.90	\$19,246.25	\$21,090.45	\$23,138.93	\$25,370.25
TOTAL	\$36,669.30	\$42,848.76	\$46,973.87	\$51,551.42	\$56,542.94

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.6 Proyección de unidades

Tabla 59.
Proyección de unidades

Detalle	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Anual					
Burritos	3528	3882	4271	4699	5171
Nachos con Queso	2940	3235	3559	3916	4309
Nachos con Chili y Queso	2352	2588	2847	3133	3447
Tacos Mixtos	1764	1941	2136	2350	2585
Copa Mexicana	1176	1294	1424	1566	1724
Total de Unidades Anuales	11761	12940	14237	15665	17236
Mensual					
Burritos	294	324	356	392	431
Nachos con Queso	245	270	297	326	359
Nachos con Chili y Queso	196	216	237	261	287
Tacos Mixtos	147	162	178	196	215
Copa Mexicana	98	108	119	131	144
Total de Unidades Mensuales	980	1078	1186	1305	1436
Semanal					

Burritos	74	81	89	98	108
Nachos con Queso	61	67	74	82	90
Nachos con Chili y Queso	49	54	59	65	72
Tacos Mixtos	37	40	44	49	54
Copa Mexicana	25	27	30	33	36
Total de Unidades Semanales	245	270	297	326	359
Diaria					
Burritos	11	12	13	14	15
Nachos con Queso	9	10	11	12	13
Nachos con Chili y Queso	7	8	8	9	10
Tacos Mixtos	5	6	6	7	8
Copa Mexicana	4	4	4	5	5
Total de Unidades Diarias	35	39	42	47	51

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.7 Proyección de costos

Tabla 60.

Proyección de costos

Detalle	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Unidades	11761	12940	14237	15665	17236
Costos Variables					
Mano de Obra Directa	\$17,221.80	\$18,947.94	\$20,847.47	\$22,937.85	\$25,238.28
Materia Prima Directa	\$14,305.30	\$15,739.12	\$17,316.97	\$19,053.34	\$20,964.20
Materia Prima Indirecta	\$31,355.36	\$34,498.11	\$37,956.54	\$41,762.44	\$45,950.80
Sub-total	\$62,882.46	\$69,185.17	\$76,120.99	\$83,753.64	\$92,153.29
Costos Fijos					
Costos Administrativos					
Gastos de Funcionamiento	\$9,960.00	\$10,958.29	\$12,056.86	\$13,265.80	\$14,596.23
Amortización de Activos Intangibles	\$529.33	\$529.33	\$529.33	\$96.00	\$96.00
Salarios Administrativos	\$17,221.80	\$18,947.94	\$20,847.47	\$22,937.85	\$25,238.28
Depreciación de Activos Tangibles	\$9,359.37	\$9,359.37	\$9,359.37	\$8,922.70	\$8,922.70
Costos de Marketing y Ventas	\$8,150.00	\$8,966.87	\$9,865.80	\$10,855.05	\$11,943.70
Sub-total	\$45,220.50	\$48,761.81	\$52,658.84	\$56,077.40	\$60,796.91
TOTAL	\$108,102.96	\$117,946.98	\$128,779.82	\$139,831.03	\$152,950.20

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.8 Proyección de ingresos

Tabla 61.

Proyección de ingresos

Detalle	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Anual					
Burritos	3528	3882	4271	4699	5171
P.V.P.	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Ingresos	\$42,340.32	\$51,253.21	\$62,044.58	\$75,110.80	\$90,932.00
Nachos con Queso	2940	3235	3559	3916	4309
P.V.P.	\$11.00	\$12.10	\$13.32	\$14.65	\$16.12
Ingresos	\$32,343.30	\$39,151.76	\$47,395.17	\$57,376.31	\$69,461.94
Nachos con Chili y Queso	2352	2588	2847	3133	3447
P.V.P.	\$11.50	\$12.65	\$13.92	\$15.32	\$16.85
Ingresos	\$27,050.76	\$32,745.11	\$39,639.59	\$47,987.46	\$58,095.44
Tacos Mixtos	1764	1941	2136	2350	2585
P.V.P.	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Ingresos	\$21,170.16	\$25,626.61	\$31,022.29	\$37,555.40	\$45,466.00
Copa Mexicana	1176	1294	1424	1566	1724

P.V.P.	\$13.50	\$14.85	\$16.34	\$17.98	\$19.78
Ingresos	\$15,877.62	\$19,219.96	\$23,266.72	\$28,166.55	\$34,099.50
Total de Ingresos Anuales Mensual	\$138,782.16	\$167,996.64	\$203,368.35	\$246,196.52	\$298,054.88
Burritos	294	324	356	392	431
P.V.P.	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Ingresos	\$3,528.36	\$4,271.10	\$5,170.38	\$6,259.23	\$7,577.67
Nachos con Queso	245	270	297	326	359
P.V.P.	\$11.00	\$12.10	\$13.32	\$14.65	\$16.12
Ingresos	\$2,695.28	\$3,262.65	\$3,949.60	\$4,781.36	\$5,788.50
Nachos con Chili y Queso	196	216	237	261	287
P.V.P.	\$11.50	\$12.65	\$13.92	\$15.32	\$16.85
Ingresos	\$2,254.23	\$2,728.76	\$3,303.30	\$3,998.95	\$4,841.29
Tacos Mixtos	147	162	178	196	215
P.V.P.	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Ingresos	\$1,764.18	\$2,135.55	\$2,585.19	\$3,129.62	\$3,788.83
Copa Mexicana	98	108	119	131	144
P.V.P.	\$13.50	\$14.85	\$16.34	\$17.98	\$19.78
Ingresos	\$1,323.14	\$1,601.66	\$1,938.89	\$2,347.21	\$2,841.62
Total de Ingresos Mensuales Semanal	\$11,565.18	\$13,999.72	\$16,947.36	\$20,516.38	\$24,837.91
Burritos	74	81	89	98	108
P.V.P.	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Ingresos	\$882.09	\$1,067.78	\$1,292.60	\$1,564.81	\$1,894.42
Nachos con Queso	61	67	74	82	90
P.V.P.	\$11.00	\$12.10	\$13.32	\$14.65	\$16.12
Ingresos	\$673.82	\$815.66	\$987.40	\$1,195.34	\$1,447.12
Nachos con Chili y Queso	49	54	59	65	72
P.V.P.	\$11.50	\$12.65	\$13.92	\$15.32	\$16.85
Ingresos	\$563.56	\$682.19	\$825.82	\$999.74	\$1,210.32
Tacos Mixtos	37	40	44	49	54
P.V.P.	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Ingresos	\$441.05	\$533.89	\$646.30	\$782.40	\$947.21
Copa Mexicana	25	27	30	33	36
P.V.P.	\$13.50	\$14.85	\$16.34	\$17.98	\$19.78
Ingresos	\$330.78	\$400.42	\$484.72	\$586.80	\$710.41
Total de Ingresos Semanales Diaria	\$2,891.30	\$3,499.93	\$4,236.84	\$5,129.09	\$6,209.48
Burritos	11	12	13	14	15
P.V.P.	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Ingresos	\$126.01	\$152.54	\$184.66	\$223.54	\$270.63
Nachos con Queso	9	10	11	12	13
P.V.P.	\$11.00	\$12.10	\$13.32	\$14.65	\$16.12
Ingresos	\$96.26	\$116.52	\$141.06	\$170.76	\$206.73
Nachos con Chili y Queso	7	8	8	9	10
P.V.P.	\$11.50	\$12.65	\$13.92	\$15.32	\$16.85
Ingresos	\$80.51	\$97.46	\$117.97	\$142.82	\$172.90
Tacos Mixtos	5	6	6	7	8
P.V.P.	\$12.00	\$13.20	\$14.53	\$15.98	\$17.59
Ingresos	\$63.01	\$76.27	\$92.33	\$111.77	\$135.32

Copa Mexicana	4	4	4	5	5
P.V.P.	\$13.50	\$14.85	\$16.34	\$17.98	\$19.78
Ingresos	\$47.25	\$57.20	\$69.25	\$83.83	\$101.49
Total de Ingresos Diarios	\$413.04	\$499.99	\$605.26	\$732.73	\$887.07

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.9 Estado de Resultados

Tabla 62.

Estado de resultados proyectados

Detalle	Período 0	2026	2027	2028	2029	2030
Inversión	\$119,874.11					
(=) Unidades		11761	12940	14237	15665	17236
(=) Total de Ingresos		\$138,782.16	\$167,996.64	\$203,368.35	\$246,196.52	\$298,054.88
(-) Costos de Producción		\$62,882.46	\$69,185.17	\$76,120.99	\$83,753.64	\$92,153.29
(=) Utilidad Marginal Proyectada		\$75,899.70	\$98,811.47	\$127,247.36	\$162,442.88	\$205,901.59
(-) Costos de Operación		\$45,220.50	\$48,761.81	\$52,658.84	\$56,077.40	\$60,796.91
(=) Utilidad Operativa Proyectada		\$30,679.20	\$50,049.67	\$74,588.53	\$106,365.48	\$145,104.68
(-) Costos Financiero		\$8,603.76	\$7,057.69	\$5,332.03	\$3,405.91	\$1,256.05
(=) Utilidad Bruta Proyectada		\$22,075.44	\$42,991.98	\$69,256.50	\$102,959.58	\$143,848.63
(-) Participación de los trabajadores		\$3,311.32	\$6,448.80	\$10,388.48	\$15,443.94	\$21,577.29
(=) Utilidad Antes del Impuesto a la Renta		\$18,764.12	\$36,543.18	\$58,868.03	\$87,515.64	\$122,271.33
(-) Impuesto a la Renta		\$4,128.11	\$8,039.50	\$12,950.97	\$19,253.44	\$26,899.69
(=) Utilidad Antes de la Reinversión		\$14,636.01	\$28,503.68	\$45,917.06	\$68,262.20	\$95,371.64
(-) Reinversión		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$870.00	\$870.00
(=) Utilidad Antes de la Reserva Legal		\$14,636.01	\$28,503.68	\$45,917.06	\$67,392.20	\$94,501.64
(-) Reserva Legal		\$1,463.60	\$2,850.37	\$4,591.71	\$6,739.22	\$9,450.16
(=) Utilidad Neta Proyectada		\$13,172.41	\$25,653.31	\$41,325.35	\$60,652.98	\$85,051.48
Utilidad Neta Proyectada Acumulada		\$13,172.41	\$38,825.73	\$80,151.08	\$140,804.06	\$225,855.54

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.10 Flujo de Caja

Tabla 63.

Flujo de caja proyectado

Detalle	Período 0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
(=) Unidades		11761	12940	14237	15665	17236
(=) Total de Ingresos		\$138,782.16	\$167,996.64	\$203,368.35	\$246,196.52	\$298,054.88
(-) Costos de Producción		\$62,882.46	\$69,185.17	\$76,120.99	\$83,753.64	\$92,153.29
(-) Costos de Operación		\$45,220.50	\$48,761.81	\$52,658.84	\$56,077.40	\$60,796.91
(-) Costos Financiero		\$8,603.76	\$7,057.69	\$5,332.03	\$3,405.91	\$1,256.05
(=) Total de Egresos		\$116,706.72	\$125,004.67	\$134,111.85	\$143,236.94	\$154,206.25
(=) Flujo de Caja Antes de Participación Proyectada		\$22,075.44	\$42,991.98	\$69,256.50	\$102,959.58	\$143,848.63
(-) Participación de los trabajadores		\$3,311.32	\$6,448.80	\$10,388.48	\$15,443.94	\$21,577.29
(=) Flujo de Caja Antes del Impuesto a la Renta		\$18,764.12	\$36,543.18	\$58,868.03	\$87,515.64	\$122,271.33
(-) Impuesto a la Renta		\$4,128.11	\$8,039.50	\$12,950.97	\$19,253.44	\$26,899.69
(=) Flujo de Caja Antes de la Reinversión		\$14,636.01	\$28,503.68	\$45,917.06	\$68,262.20	\$95,371.64
(-) Reinversión		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$870.00	\$870.00
(=) Flujo de Caja Antes de la Reserva Legal		\$14,636.01	\$28,503.68	\$45,917.06	\$67,392.20	\$94,501.64
(-) Reserva Legal		\$1,463.60	\$2,850.37	\$4,591.71	\$6,739.22	\$9,450.16
(=) Flujo de Caja Después de Impuestos		\$13,172.41	\$25,653.31	\$41,325.35	\$60,652.98	\$85,051.48
(+) Depreciaciones		\$9,359.37	\$9,359.37	\$9,359.37	\$8,922.70	\$8,922.70
(+) Amortizaciones		\$529.33	\$529.33	\$529.33	\$96.00	\$96.00
(+) Reserva Legal		\$1,463.60	\$2,850.37	\$4,591.71	\$6,739.22	\$9,450.16
(+) Reinversión		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$870.00	\$870.00
(-) Pago de Capital Préstamo		\$13,309.70	\$14,855.77	\$16,581.44	\$18,507.55	\$20,657.41
(+) Capital de Trabajo	\$68,874.61					
(+) Inversión Fija	\$50,999.50					
(=) Inversión Total	\$119,874.11					
(=) Flujo de Caja Neto Proyectado		\$11,215.01	\$23,536.61	\$39,224.32	\$58,773.34	\$83,732.93
Depreciación Acumulada		\$9,359.37	\$18,718.73	\$28,078.10	\$37,000.80	\$45,923.50
Amortización Acumulada		\$529.33	\$1,058.67	\$1,588.00	\$1,684.00	\$1,780.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 64.

Estado Situación Financiera proyectada

Descripción	Período 0	2024	2025	2026	2027	2028
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Caja / Banco	\$68,874.61	\$80,089.62	\$103,626.23	\$142,850.55	\$201,623.90	\$285,356.83
(=) Total Activos Corrientes	\$68,874.61	\$80,089.62	\$103,626.23	\$142,850.55	\$201,623.90	\$285,356.83
Activos No Corrientes						
Activos Tangibles						
Equipos de Computación	\$1,310.00	\$1,310.00	\$1,310.00	\$1,310.00	\$1,310.00	\$1,310.00
Muebles de Oficina	\$395.00	\$395.00	\$395.00	\$395.00	\$395.00	\$395.00
Equipos de Oficinas	\$3,604.00	\$3,604.00	\$3,604.00	\$3,604.00	\$3,604.00	\$3,604.00
Herramientas	\$545.50	\$545.50	\$545.50	\$545.50	\$545.50	\$545.50
Adecuaciones	\$1,365.00	\$1,365.00	\$1,365.00	\$1,365.00	\$1,365.00	\$1,365.00
Vehículos	\$42,000.00	\$42,000.00	\$42,000.00	\$42,000.00	\$42,000.00	\$42,000.00
Activos Intangibles						
Marcas	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Patentes	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00
Gastos de Capacitación	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00	\$150.00
Derechos de autor	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Gastos de Constitución	\$480.00	\$480.00	\$480.00	\$480.00	\$480.00	\$480.00
Depreciación Acumulada	\$0.00	-\$9,359.37	-\$18,718.73	-\$28,078.10	-\$37,000.80	-\$45,923.50
Amortización acumulada	\$0.00	-\$529.33	-\$1,058.67	-\$1,588.00	-\$1,684.00	-\$1,780.00
(=) Total Activos No Corrientes	\$50,999.50	\$41,110.80	\$31,222.10	\$21,333.40	\$12,314.70	\$3,296.00
(=) TOTAL ACTIVOS	\$119,874.11	\$121,200.42	\$134,848.33	\$164,183.95	\$213,938.60	\$288,652.83
PASIVOS						
Pasivos Corrientes						
Préstamo bancario C/P	\$13,309.70	\$14,855.77	\$16,581.44	\$18,507.55	\$20,657.41	\$0.00
(=) Total Pasivos Corrientes	\$13,309.70	\$14,855.77	\$16,581.44	\$18,507.55	\$20,657.41	\$0.00
Pasivos No Corrientes						
Préstamo bancario L/P	\$70,602.17	\$55,746.40	\$39,164.97	\$20,657.41	\$0.00	\$0.00
(=) Total Pasivo No Corrientes	\$70,602.17	\$55,746.40	\$39,164.97	\$20,657.41	\$0.00	\$0.00
(=) TOTAL PASIVOS	\$83,911.88	\$70,602.17	\$55,746.40	\$39,164.97	\$20,657.41	\$0.00
PATRIMONIO						
Capital aportado por los accionistas	\$35,962.23	\$35,962.23	\$35,962.23	\$35,962.23	\$35,962.23	\$35,962.23
Utilidad del Ejercicio	\$0.00	\$13,172.41	\$25,653.31	\$41,325.35	\$60,652.98	\$85,051.48
Utilidades Retenidas	\$0.00	\$1,463.60	\$17,486.38	\$47,731.40	\$96,665.97	\$167,639.12
(=) TOTAL PATRIMONIO	\$35,962.23	\$50,598.25	\$79,101.93	\$125,018.99	\$193,281.19	\$288,652.83
(=) PASIVO + PATRIMONIO	\$119,874.11	\$121,200.42	\$134,848.33	\$164,183.95	\$213,938.60	\$288,652.83
TOTAL	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.11 Punto de equilibrio

Tabla 65.

Punto de equilibrio

Períodos	Descripción	Precio de venta	Costo Variable Unitario	Porcentaje de participación de ventas	Margen de Contribución por producto	Margen de contribución Ponderado	Costos Fijo	Punto de Equilibrio en Unidades	Punto de equilibrio por producto	Punto de equilibrio en Dólares por producto	Costos Variables por producto	Margen de contribución	Comprobación
1	Burritos	\$12.00	\$5.65	30%	\$6.35	191%	\$45,220.50	7007	2102	\$25,226.06	\$11,871.87	\$13,354.19	\$0.00
	Nachos con Queso	\$11.00	\$4.68	25%	\$6.32	158%			1752	\$19,269.91	\$8,189.93	\$11,079.98	\$0.00
	Nachos con Chili y Queso	\$11.50	\$5.08	20%	\$6.42	128%			1401	\$16,116.65	\$7,112.52	\$9,004.13	\$0.00
	Tacos Mixtos	\$12.00	\$5.71	15%	\$6.29	94%			1051	\$12,613.03	\$6,001.32	\$6,611.71	\$0.00
	Copa Mexicana	\$13.50	\$6.12	10%	\$7.38	74%			701	\$9,459.77	\$4,289.28	\$5,170.49	\$0.00
	TOTAL	\$60.00	\$27.23	100%	\$32.77	\$6.45			7007	\$82,685.42	\$37,464.92	\$45,220.50	\$0.00
2	Burritos	\$13.20	\$5.65	30%	\$7.56	227%	\$48,761.81	6386	2102	\$27,754.47	\$11,871.87	\$15,882.60	\$0.00
	Nachos con Queso	\$12.10	\$4.68	25%	\$7.43	186%			1752	\$21,201.33	\$8,189.93	\$13,011.41	\$0.00
	Nachos con Chili y Queso	\$12.65	\$5.08	20%	\$7.58	152%			1401	\$17,732.02	\$7,112.52	\$10,619.50	\$0.00
	Tacos Mixtos	\$13.20	\$5.71	15%	\$7.49	112%			1051	\$13,877.23	\$6,001.32	\$7,875.91	\$0.00
	Copa Mexicana	\$14.85	\$6.12	10%	\$8.73	87%			701	\$10,407.93	\$4,289.28	\$6,118.65	\$0.00
	TOTAL	\$66.01	\$27.23	100%	\$38.79	\$7.64			7007	\$90,972.98	\$37,464.92	\$53,508.06	\$0.00
3	Burritos	\$14.53	\$5.65	30%	\$8.88	266%	\$52,658.84	5892	2102	\$30,536.86	\$11,871.87	\$18,664.98	\$0.00
	Nachos con Queso	\$13.32	\$4.68	25%	\$8.64	216%			1752	\$23,326.76	\$8,189.93	\$15,136.84	\$0.00
	Nachos con Chili y Queso	\$13.92	\$5.08	20%	\$8.85	177%			1401	\$19,509.66	\$7,112.52	\$12,397.14	\$0.00
	Tacos Mixtos	\$14.53	\$5.71	15%	\$8.82	132%			1051	\$15,268.43	\$6,001.32	\$9,267.10	\$0.00
	Copa Mexicana	\$16.34	\$6.12	10%	\$10.22	102%			701	\$11,451.32	\$4,289.28	\$7,162.04	\$0.00
	TOTAL	\$72.63	\$27.23	100%	\$45.40	\$8.94			7007	\$100,093.03	\$37,464.92	\$62,628.10	\$0.00
4	Burritos	\$15.98	\$5.65	30%	\$10.34	310%	\$56,077.40	5408	2102	\$33,598.79	\$11,871.87	\$21,726.91	\$0.00
	Nachos con Queso	\$14.65	\$4.68	25%	\$9.98	249%			1752	\$25,665.74	\$8,189.93	\$17,475.81	\$0.00
	Nachos con Chili y Queso	\$15.32	\$5.08	20%	\$10.24	205%			1401	\$21,465.89	\$7,112.52	\$14,353.37	\$0.00
	Tacos Mixtos	\$15.98	\$5.71	15%	\$10.27	154%			1051	\$16,799.39	\$6,001.32	\$10,798.07	\$0.00
	Copa Mexicana	\$17.98	\$6.12	10%	\$11.86	119%			701	\$12,599.54	\$4,289.28	\$8,310.26	\$0.00
	TOTAL	\$79.91	\$27.23	100%	\$52.69	\$10.37			7007	\$110,129.35	\$37,464.92	\$72,664.43	\$0.00
5	Burritos	\$17.59	\$5.65	30%	\$11.94	358%	\$60,796.91	5089	2102	\$36,968.41	\$11,871.87	\$25,096.53	\$0.00
	Nachos con Queso	\$16.12	\$4.68	25%	\$11.45	286%			1752	\$28,239.76	\$8,189.93	\$20,049.83	\$0.00
	Nachos con Chili y Queso	\$16.85	\$5.08	20%	\$11.78	236%			1401	\$23,618.71	\$7,112.52	\$16,506.19	\$0.00
	Tacos Mixtos	\$17.59	\$5.71	15%	\$11.88	178%			1051	\$18,484.20	\$6,001.32	\$12,482.88	\$0.00
	Copa Mexicana	\$19.78	\$6.12	10%	\$13.66	137%			701	\$13,863.15	\$4,289.28	\$9,573.87	\$0.00
	TOTAL	\$87.93	\$27.23	100%	\$60.70	\$11.95			7007	\$121,174.23	\$37,464.92	\$83,709.30	\$0.00

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.12 Período de Recuperación

Tabla 66.
Pay back

Períodos	Meses	Valores	Acumulado	Inversión	PAYBACK
	0	\$119,874.11			
Año 1	1 Enero	\$934.58	\$934.58	-\$119,874.11	-\$118,939.52
	2 Febrero	\$934.58	\$1,869.17	-\$119,874.11	-\$118,004.94
	3 Marzo	\$934.58	\$2,803.75	-\$119,874.11	-\$117,070.36
	4 Abril	\$934.58	\$3,738.34	-\$119,874.11	-\$116,135.77
	5 Mayo	\$934.58	\$4,672.92	-\$119,874.11	-\$115,201.19
	6 Junio	\$934.58	\$5,607.51	-\$119,874.11	-\$114,266.60
	7 Julio	\$934.58	\$6,542.09	-\$119,874.11	-\$113,332.02
	8 Agosto	\$934.58	\$7,476.68	-\$119,874.11	-\$112,397.43
	9 Septiembre	\$934.58	\$8,411.26	-\$119,874.11	-\$111,462.85
	10 Octubre	\$934.58	\$9,345.84	-\$119,874.11	-\$110,528.26
	11 Noviembre	\$934.58	\$10,280.43	-\$119,874.11	-\$109,593.68
	12 Diciembre	\$934.58	\$11,215.01	-\$119,874.11	-\$108,659.10
Año 2	13 Enero	\$1,961.38	\$13,176.40	-\$119,874.11	-\$106,697.71
	14 Febrero	\$1,961.38	\$15,137.78	-\$119,874.11	-\$104,736.33
	15 Marzo	\$1,961.38	\$17,099.16	-\$119,874.11	-\$102,774.94
	16 Abril	\$1,961.38	\$19,060.55	-\$119,874.11	-\$100,813.56
	17 Mayo	\$1,961.38	\$21,021.93	-\$119,874.11	-\$98,852.18
	18 Junio	\$1,961.38	\$22,983.32	-\$119,874.11	-\$96,890.79
	19 Julio	\$1,961.38	\$24,944.70	-\$119,874.11	-\$94,929.41
	20 Agosto	\$1,961.38	\$26,906.08	-\$119,874.11	-\$92,968.02
	21 Septiembre	\$1,961.38	\$28,867.47	-\$119,874.11	-\$91,006.64
	22 Octubre	\$1,961.38	\$30,828.85	-\$119,874.11	-\$89,045.26
	23 Noviembre	\$1,961.38	\$32,790.24	-\$119,874.11	-\$87,083.87
	24 Diciembre	\$1,961.38	\$34,751.62	-\$119,874.11	-\$85,122.49
Año 3	25 Enero	\$3,268.69	\$38,020.31	-\$119,874.11	-\$81,853.79
	26 Febrero	\$3,268.69	\$41,289.01	-\$119,874.11	-\$78,585.10
	27 Marzo	\$3,268.69	\$44,557.70	-\$119,874.11	-\$75,316.41
	28 Abril	\$3,268.69	\$47,826.40	-\$119,874.11	-\$72,047.71
	29 Mayo	\$3,268.69	\$51,095.09	-\$119,874.11	-\$68,779.02
	30 Junio	\$3,268.69	\$54,363.78	-\$119,874.11	-\$65,510.33
	31 Julio	\$3,268.69	\$57,632.48	-\$119,874.11	-\$62,241.63
	32 Agosto	\$3,268.69	\$60,901.17	-\$119,874.11	-\$58,972.94
	33 Septiembre	\$3,268.69	\$64,169.86	-\$119,874.11	-\$55,704.24
	34 Octubre	\$3,268.69	\$67,438.56	-\$119,874.11	-\$52,435.55
	35 Noviembre	\$3,268.69	\$70,707.25	-\$119,874.11	-\$49,166.86
	36 Diciembre	\$3,268.69	\$73,975.95	-\$119,874.11	-\$45,898.16
Año 4	37 Enero	\$4,897.78	\$78,873.72	-\$119,874.11	-\$41,000.38
	38 Febrero	\$4,897.78	\$83,771.50	-\$119,874.11	-\$36,102.61
	39 Marzo	\$4,897.78	\$88,669.28	-\$119,874.11	-\$31,204.83
	40 Abril	\$4,897.78	\$93,567.06	-\$119,874.11	-\$26,307.05
	41 Mayo	\$4,897.78	\$98,464.84	-\$119,874.11	-\$21,409.27
	42 Junio	\$4,897.78	\$103,362.62	-\$119,874.11	-\$16,511.49
	43 Julio	\$4,897.78	\$108,260.40	-\$119,874.11	-\$11,613.71
	44 Agosto	\$4,897.78	\$113,158.18	-\$119,874.11	-\$6,715.93
	45 Septiembre	\$4,897.78	\$118,055.95	-\$119,874.11	-\$1,818.15

	46 Octubre	\$4,897.78	\$122,953.73	-\$119,874.11	\$3,079.62
	47 Noviembre	\$4,897.78	\$127,851.51	-\$119,874.11	\$7,977.40
	48 Diciembre	\$4,897.78	\$132,749.29	-\$119,874.11	\$12,875.18
	49 Enero	\$6,977.74	\$139,727.03	-\$119,874.11	\$19,852.93
	50 Febrero	\$6,977.74	\$146,704.78	-\$119,874.11	\$26,830.67
	51 Marzo	\$6,977.74	\$153,682.52	-\$119,874.11	\$33,808.41
	52 Abril	\$6,977.74	\$160,660.27	-\$119,874.11	\$40,786.16
	53 Mayo	\$6,977.74	\$167,638.01	-\$119,874.11	\$47,763.90
Año 5	54 Junio	\$6,977.74	\$174,615.75	-\$119,874.11	\$54,741.65
	55 Julio	\$6,977.74	\$181,593.50	-\$119,874.11	\$61,719.39
	56 Agosto	\$6,977.74	\$188,571.24	-\$119,874.11	\$68,697.13
	57 Septiembre	\$6,977.74	\$195,548.99	-\$119,874.11	\$75,674.88
	58 Octubre	\$6,977.74	\$202,526.73	-\$119,874.11	\$82,652.62
	59 Noviembre	\$6,977.74	\$209,504.47	-\$119,874.11	\$89,630.37
	60 Diciembre	\$6,977.74	\$216,482.22	-\$119,874.11	\$96,608.11

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

7.13 Tasa Mínima Atractiva de Retorno

Tabla 67.
TMAR

Detalle	Código	%	Criterio
Rentabilidad bonos tesoro americano a 5 años	Rf	3.74%	Referencia respecto a la economía americana
Rentabilidad del mercado S&P500	Rm	11.82%	Referencia respecto a la economía americana
Riesgo país	Rp	1.82%	Puntos asignados por riesgo país
Beta	B	0.87%	Referencia respecto a la economía americana (TIPO DE NEGOCIO)
Costo del capital propio (CAPM)	Re	5.63%	Tasa de patrimonio a utilizar en el cálculo del VAN (Esta tasa de descuento es la denominada Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR))

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

$$TMAR = (Rf + ((Rm - Rf) * B)) + Rp$$

$$TMAR = (0.037 + ((0.1182 - 0.037) * 0.0087)) + 0.0182$$

$$TMAR = (0.037 + (0.0808 * 0.0087)) + 0.0182$$

$$TMAR = (0.037 + 0.00070296) + 0.0182$$

$$TMAR = 0.038 + 0.0182$$

$$TMAR = 5.63\%$$

7.14 Indicadores Financiero

Tabla 68.
Indicadores de Rentabilidad

Descripción	Período 0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5	Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR)	Valor actua Neto (VAN)	Tasa interna de retorno (TIR)	Beneficio entre la TIR frente a la TMAR
Flujo de Caja Neto		\$11,215.01	\$23,536.61	\$39,224.32	\$58,773.34	\$83,732.93				
(+) Inversión Fija	-\$50,999.50									
(+) Capital de trabajo	-\$68,874.61						5.63%	\$55,999.97	17.26%	11.63%
Total	-\$119,874.11	\$11,215.01	\$23,536.61	\$39,224.32	\$58,773.34	\$83,732.93				
PAY BACK	-\$119,874.11	-\$108,659.10	-\$85,122.49	-\$45,898.16	\$12,875.18	\$96,608.11				

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

Tabla 69.
VAN & TIR

Períodos	Inversión	Flujo de caja	TMAR	VAN	TIR
0	\$119,874.11				
1		\$11,215.01			
2		\$23,536.61			
3		\$39,224.32	5.63%	\$55,999.97	17.26%
4		\$58,773.34			
5		\$83,732.93			

Elaborado por: Beltrán, S. (2023)

CONCLUSIONES

- Se debe destacar la teoría de las Cinco Fuerzas de Porter y PESTEL, son aquellas que permitieron evidenciar las oportunidades tales como las nuevas tendencias del consumidor en realizar las compras a través de sus dispositivos móviles y su gran alcance en la comunicación. En cuanto a las amenazas la inestabilidad económica que sufre actualmente el país, lo que vendría a ser una barrera a superar en los primeros meses de funcionamiento.
- Se pudo determinar la demanda potencial de comida mexicana a través de la fórmula de la demanda potencial, cuyo resultado final fue de \$239,536.44, de la cual al contar con los recursos necesarios se alcanzaría unos ingresos de \$138,782.16. Cabe destacar que para llegar a esta cifra fue necesario en primera instancia el conocer la cantidad de personas dispuestas a adquirir el producto en mención, este dato se obtuvo en la investigación de mercado, consultando a un total de 382 participantes que cumplían con el perfil de cliente meta.
- Con respecto a los canales online que los clientes utilizan para la adquisición de comida mexicana, se identificó que serían Instagram, Facebook y WhatsApp, ya que las personas con el perfil de cliente meta consideran que son amigables con sus usuarios y además es eficiente al momento de fidelizarlos.

RECOMENDACIONES

Es necesario que se evalúen teorías de contenido digital para seguir desarrollando el negocio de comida mexicana a través de una comercialización online. Del mismo modo, es menester que se generen investigaciones de mercado con el fin de conocer el crecimiento y aceptación del público objetivo con este nuevo servicio de comida.

Se debe tratar de evaluar la demanda potencial en mercados que se encuentren cerca del establecimiento para así seguir abarcando una mayor cartera de clientes y posicionamiento de la marca. Posiblemente es necesario que se incursione en todas las redes sociales que son muy utilizadas por el target para tener mayor presencia digital, así como asociarse con aplicativos que faciliten la adquisición de la comida mexicana.

Las estrategias aplicadas deben ser actualizadas en cada momento, sean estas de comunicación como de promoción, ya que es muy probable que la competencia las sustraiga y posteriormente pierdan su impacto en el mercado meta.

BIBLIOGRAFÍA

- Bello & Ulloa . (2016). *Teoría del emprendimiento*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1538/1/T-ULVR-1158.pdf>
- Campos. (1999). *Context is everything: measurng institutional change in transition economies*. Czech Republic: Working paper.
- Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo . (2022). *Tasa de desempleo* . Quito: INEC.
- García, J. . (2018). *Fundamentos de Marketing Digital* . Comunicación Social Ediciones y Publicaciones MUNICACION SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES.
- Gibb. (2012). *Emprendimiento*. Lima: Lien.
- GoogleMaps. (2022). <https://www.google.com.ec>. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Milagro/@-2.1474276,-79.6077871,13.23z/data=!4m5!3m4!1s0x902d47b1ac773e79:0xca6e788c9cf5a035!8m2!3d-2.1394035!4d-79.5939034>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Estado de México: McGrill.
- INEC-CPV. (1 de Enero de 2020). *Promedio de personas por hogar a nivel nacional*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- INEC-PGE. (1 de Enero de 2020). *Población por grupos de edad, según provincia, cantón, parroquia y área de empadronamiento*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (13 de Octubre de 2011). *Resguardo del bienestar del consumidor*. Quito: Cosntitución de la República del Ecuador . Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Mascarenhas, R. & Gandara, J. . (2019). *La gastronomía como atractivo turístico* . Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires.
- Mella, C. . (2023). *Guayaquil, la ciudad ecuatoriana donde cunde el terror del crimen organizado*. . El País.
- Méndez, F. . (2023). *Delincuencia organizada en Guayaquil* . El País .
- Merino, M. . (2015). *Introducción a la Invetigación de mercados* . ESIC.
- Ocaña, A. & Rey, L. . (2018). *Aprovisionamiento y almacenaje de alimentos y bebidas en el bar* . E-books.

- Organización Mundial de la Salud. (2019). *Pandemia Sars Covid 19*. OMS.
- Paladines . (2015). *El Hombre y la Cultura*. Universidad Nacional del Litoral .
- Quintanilla, L., Berenguer, G. & Gómez, M. . (2019). *Comportamiento del consumidor*. E-books .
- Speth, C. . (2018). *El análisis DAFO: Los secretos para fortalecer su negocio* . E-books.
- Terán & Guerrero . (2020). *Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones*. Caracas: Resd.
- ULVR. (2022). *Líneas de Investigación Institucional*. Guayaquil: ULVR.
- Vargas. (2016). *Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico* . México: Zapopan .
- Williamson. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, markets, relational contracting*. New York: Free Press.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la Encuesta

Marque con una (x) la opción que usted considere apropiada.

Pregunta 1.- ¿Cuál es su nivel de preferencia acerca de la comida rápida mexicana?

- a) Muy Alto
- b) Alto
- c) Medio
- d) Bajo
- e) Muy Bajo

<input type="checkbox"/>

Pregunta 2.- ¿Qué plato usted prefiere al momento de adquirir comida mexicana?

- a) Tacos
- b) Burritos
- c) Copa mexicana
- d) Nachos con queso / chili
- e) Quesadillas

<input type="checkbox"/>

Otros: _____

Pregunta 3.- ¿Con qué frecuencia usted consume comida mexicana al mes?

- a) 1 vez
- b) 2 veces
- c) 3 veces
- d) 4 veces
- e) Más de 4 veces

<input type="checkbox"/>

Pregunta 4.- ¿Qué aspectos considera importante al momento de adquirir comida mexicana?

- a) Precio
- b) Ubicación
- c) Seguridad
- d) Atención Inmediata
- e) Sazón

Otros: _____

Pregunta 5.- ¿Cuál es el gasto en promedio que usted dispone al momento de adquirir comida mexicana?

- a) Menos de \$10.00 USD.
- b) De \$10.01 USD a \$15.00 USD
- c) De \$15.01 USD a \$20.00 USD
- d) De \$20.01 USD a \$25.00 USD
- e) Más de \$25.00 USD

Otros: _____

Pregunta 6.- ¿Cuál es su nivel de satisfacción sobre adquirir comida mexicana de manera online y se entrega a domicilio?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Ni satisfecho, ni insatisfecho
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatisfecho

Pregunta 7.- ¿Qué plataforma social usted maneja con mayor frecuencia para informarse de nuevos sitios gastronómicos?

- a) Instagram
- b) Facebook
- c) Tik Tok
- d) WhatsApp
- e) Telegram

Otros: _____

Pregunta 8.- ¿Qué tipo de promoción le gustaría que tuviera una marca que comercialice comida mexicana en redes sociales?

- a) 2 por 1 en platos seleccionados por día
- b) Pedidos acumulativos, para que el 10mo sea Gratis (Presupuesto \$15.00 USD)
- c) Por compras mayores a \$20.00 – 2 Churros Gratis
- d) Descuento en bebidas del 15% desde las 18:00 hasta las 22:00 (tiempo limitado)
- e) Regalo sorpresa en cada pedido en línea.

Otros: _____

Pregunta 9.- ¿Cuál cree usted que sería el atributo insignia de una marca que comercialice comida mexicana en redes sociales para mejorar su experiencia?

- a) Tarjeta de cliente VIP
- b) Recompensa por recomendaciones en Rells
- c) Entrega en menos de 30 minutos
- d) Elaboración de los platillos con productos orgánicos
- e) Recepción de pedidos 24/7

Otros: _____

Pregunta 10.- ¿Qué influencer usted considera idóneo para comunicar sobre la comercialización de comida mexicana en redes sociales?

- a) Felipe Crespo
- b) La Polilla
- c) Jorgito el Guayaco
- d) La Brandon
- e) Genio Demente

Otros: _____