

REPÚBLICA DEL ECUADOR



INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE “ASHLEY GRILL” EN LA CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO.

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior de en Administración.

AUTORAS: Gaïbor Albiño Selena Lisbeth
Molina Loja Katherin Johanna

DIRECTOR: Ing. Henry Fabián Chango; CPA

Tena - Ecuador

2022

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

ING. HENRY FABIÁN CHANGO CHANGO; CPA

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Director del Trabajo de Integración Curricular denominado: **INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE “ASHLEY GRILL” EN LA CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO**, de autoría de las señoritas **GAIBOR ALBIÑO SELENA LISBETH** con CC. 1501239550 y **MOLINA LOJA KATHERIN JOHANNA** con CC. 1550152134 estudiantes de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, **CERTIFICO** que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 03 de octubre de 2022

Ing. Henry Fabián Chango; CPA

DIRECTOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 03 de febrero 2023

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Integración Curricular denominado: **INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE “ASHLEY GRILL” EN LA CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO** presentado por y GAIBOR ALBIÑO SELENA LISBETH y MOLINA LOJA KATHERIN JOHANNA, estudiantes de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;

Mg. Carlos Vinicio Guerrero Lliguin
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Eco. Christian Andrés Castro Viteri
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Eco. Carina Elizabeth Mendoza Vergara
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Nosotras, GAIBOR ALBIÑO SELENA LISBETH y MOLINA LOJA KATHERIN JOHANNA, declaramos ser las autoras del presente Trabajo de Integración Curricular denominado **INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE “ASHLEY GRILL” EN LA CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO**, y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTORAS:

SRTA. GAIBOR ALBIÑO SELENA LISBETH

CÉDULA: 1501239550

SRTA. MOLINA LOJA KATHERIN JOHANNA

CÉDULA: 1550152134

FECHA: Tena, 03 de febrero de 2023

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Nosotras, GAIBOR ALBIÑO SELENA LISBETH y MOLINA LOJA KATHERIN JOHANNA, declaramos ser las autoras del Trabajo de Integración Curricular titulado: **INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE “ASHLEY GRILL” EN LA CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO**, como requisito para la obtención del Título de: **TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 03 de febrero de 2023, firma de las autoras.

AUTORA: GAIBOR ALBIÑO SELENA LISBETH

FIRMA:

CÉDULA: 1501239550

DIRECCIÓN: Barrio Urdeza Vía al Napo

CORREO ELECTRÓNICO: selena.gaibor@itstena.edu.ec

CELULAR: 0979359719

AUTORA: MOLINA LOJA KATHERIN JOHANNA

FIRMA:

CÉDULA: 1550152134

DIRECCIÓN: Aeropuerto N°2 calle Rigoberto Luna

CORREO ELECTRÓNICO: katherin.molina@itstena.edu.ec

CELULAR: 0994387891

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR: ING. HENRY FABIÁN CHANGO; CPA.

TRIBUNAL DEL GRADO:

Mg. Carlos Vinicio Guerrero Lliguin. (Presidente).

Eco. Christian Andrés Castro Viteri (Miembro).

Eco. Carina Elizabeth Mendoza Vergara (Miembro).

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iii
AUTORÍA	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR	v
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
A.TÍTULO	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
B.FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA.....	4
2.1.Necesidad.....	4
2.2.Actualidad.....	8
2.3.Importancia	10
2.4.Presentación del problema de investigación a responder	10
2.5.Delimitación	13
2.5.1. Delimitación Espacial.....	13
2.5.2 Delimitación Temporal.....	14
2.6.Beneficiarios	14
2.6.1.Directos.....	14
2.6.2.Indirecto	14

C.OBJETIVOS	15
3.1.Objetivo General.....	15
3.2.Objetivos Específicos	15
D.ASIGNATURAS INTEGRADORAS	16
E.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	19
5.1.Estudio de Factibilidad	19
5.1.1.Objetivos de un estudio de Factibilidad.....	20
5.1.2.Estudio de factibilidad Financiera	20
5.1.3.Estudio de Factibilidad Económica	20
5.1.4.Flujo de caja.....	21
5.1.5.Indicadores de medición de proyectos.....	21
5.1.6.Análisis de Costos.....	24
5.1.6.1.Costo Fijo	24
5.1.6.2.Costo Variable	25
5.1.6.3.Costo Total.....	25
5.1.7.Contabilidad.....	25
5.1.7.1.Contabilidad Financiera.....	26
5.1.7.2.Contabilidad Administrativa.....	26
5.1.7.3.Contabilidad de Costos	27
5.2.Implementación de un Local Comercial.....	27
5.2.1.Estudio de Mercado	27
5.2.1.1.Estrategias comerciales.....	28
5.2.1.2.La necesidad del cliente.....	28
5.2.1.3.Marketing	28
5.2.1.4.Estrategias de marketing.....	28
5.2.2.Viabilidad de Producto	29
5.3.Marco Legal.....	30
5.4.Marco Conceptual.....	33
F.METODOLOGÍA.....	34
6.1.Materiales y equipos	34
6.1.1.Medios Tecnológicos.....	34
6.1.2.Material Didáctico	34

6.2.Ubicación del Área de estudio.....	34
6.2.1.Mapa Satelital del Parque Lineal de la Ciudad de Tena.....	35
6.2.2.Población.....	35
6.2.3.Muestra.....	35
6.3.Paradigma Positivismo.....	36
6.4.Enfoque de la Investigación.....	37
6.4.1.Cuantitativo.....	37
6.5.Método de Investigación.....	37
6.5.1.Investigación descriptiva.....	37
6.5.2.Investigación analítica.....	38
6.5.3.Investigación No experimental.....	38
6.5.4.Investigación Estadística.....	38
6.6.Tipos de investigación.....	39
6.6.1.De Campo.....	39
6.6.2.Exploratorio.....	40
6.6.3.Documental.....	40
6.6.4.Bibliográfica.....	40
6.7.Herramienta.....	41
6.7.1.Encuesta.....	41
6.8.Metodología para cada objetivo.....	41
6.8.1.Metodología para el Objetivo 1.....	41
6.8.2.Metodología para el Objetivo 2.....	42
6.8.3.Metodología para el Objetivo 3.....	42
G.RESULTADOS.....	44
7.1.Resultados para cada Objetivo.....	44
7.1.1.Resultados para el Objetivo 1.....	44
7.2.Resultados del Objetivo 2.....	57
7.2.1.Inversiones.....	57
7.2.1.1.Inversión física.....	58
7.2.1.2.Inversión Total.....	63
7.2.1.3.Gastos.....	64
7.2.1.4.Costos de producción.....	67
7.2.1.5.Costos Fijos.....	76

7.2.1.6.Costos Variables	77
7.2.1.7.Costo Total.....	77
7.3.Resultados del Objetivo 3	78
7.3.1.INFORME FINANCIERO	80
7.3.1.1.Título.....	80
7.3.1.2.Justificación	80
7.3.1.3.Misión.....	80
7.3.1.4.Visión.....	80
7.3.1.5.Objetivos.....	81
7.3.1.6.Viabilidad Comercial.....	81
7.3.1.7.Desarrollo de la viabilidad financiera y económica.....	82
H.CONCLUSIONES	98
I.RECOMENDACIONES	99
J.BIBLIOGRAFÍA.....	100
K.ANEXOS	105

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tasa de Crecimiento de Empleo por Creación de Emprendimientos.....	6
Figura 2. América Latina y el Caribe: Contribución del empleo y la productividad laboral al crecimiento del PIB, promedio 2000-2019.....	7
Figura 3. Obstáculos de los emprendimientos en Ecuador.....	9
Figura 4. Árbol de Problemas.....	12
Figura 5. Jerarquización de Variables.....	19

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustracion 1. Mapa Satelital del Parque Lineal de la Ciudad de Tena.....	35
---	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Asignaturas Integradoras.....	16
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género.....	44
Gráfico 2. Edad.....	45
Gráfico 3. ¿Qué aspectos usted elegiría al consumir en un restaurante.....	46
Gráfico 4. ¿Con qué frecuencia consume platos a la carta?.....	47
Gráfico 5. ¿Cuál ha sido su experiencia al consumir platos a la carta.....	48
Gráfico 6. ¿En qué lugar ha consumido platos a la carta?.....	49
Gráfico 7. ¿Usted en qué se fija primordialmente para el consumo de platos a la carta?.....	50
Gráfico 8. ¿Qué platos a la carta consume con más frecuencia en un restaurante?.....	51
Gráfico 9. ¿Con qué frecuencia consume en un restaurante?.....	52

Gráfico 10. En promedio ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar al consumir en un restaurante?	53
Gráfico 11. Le gustaría que se de apertura de un restaurante de platos a la carta por el Parque Lineal de Tena	54
Gráfico 12. Qué días a la semana le gustaría que se atienda en el restaurante?	55
Gráfico 13. Plan de Financiación.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Género.....	44
Tabla 2. Edad	45
Tabla 3. ¿Qué aspectos usted elegiría.....	46
Tabla 4. ¿Con qué frecuencia consume	47
Tabla 5. ¿Cuál ha sido su experiencia al consumir platos a la carta?	48
Tabla 6. ¿En qué lugar ha consumido platos a la carta?	49
Tabla 7. ¿Usted en qué se fija primordialmente para el consumo de platos a la carta?.....	50
Tabla 8. ¿Qué platos a la carta consume con más frecuencia en un restaurante?..	51
Tabla 9. ¿Con qué frecuencia consume en un restaurante?	51
Tabla 10. En promedio ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar al consumir en un restaurante?	53
Tabla 11. Le gustaría que se dé apertura de un restaurante de platos a la carta por el Parque Lineal de Tena.	53
Tabla 12. ¿Qué días a la semana le gustaría que se atienda en el restaurante?.....	54
Tabla 13. Distribución del espacio físico.....	58
Tabla 14. Activos fijos.....	59
Tabla 15. Adecuaciones.....	59
Tabla 16. Equipo de computación	59
Tabla 17. Maquinaria y equipo	60

Tabla 18. Muebles y enseres.....	60
Tabla 19. Depreciación de equipo de cómputo.....	61
Tabla 20. Depreciación de maquinaria y equipo	61
Tabla 21. Depreciación de muebles y enseres	62
Tabla 22. Activos diferidos Intangibles.....	63
Tabla 23. Inversión Total.....	63
Tabla 24. Servicios básicos.....	64
Tabla 25. Suministros de Materiales y Limpieza	64
Tabla 26. Suministros de oficina	65
Tabla 27. Mano de Obra Indirecta	65
Tabla 28. Gastos de ventas	66
Tabla 29. Materia prima plato 1.....	67
Tabla 30. Costo unitario de materia prima plato 1	68
Tabla 31. Costo por porción en mano de obra.....	68
Tabla 32. Costo de mano de obra directa.....	69
Tabla 33. Materia prima plato 2.....	70
Tabla 34. Costo unitario de materia prima plato 2	71
Tabla 35. Materia prima plato 3.....	71
Tabla 36. Costo unitario de materia prima plato 3	72
Tabla 37. Materia prima plato 4.....	72
Tabla 38. Costo unitario de materia prima plato 4	74
Tabla 39. Estimación de ingresos	75
Tabla 40. Estimación de producción.....	76
Tabla 41. Costos fijos	76
Tabla 42. Costos variables.....	77
Tabla 43. Costo total.....	77
Tabla 44. Capital de trabajo.....	78

Tabla 45. Datos	83
Tabla 46. Plan de Inversión	84
Tabla 47. Plan de financiación.....	85
Tabla 48. Tabla de Amortización	86
Tabla 49. Método Francés	87
Tabla 50. Cuotas de Pago	87
Tabla 51. Costos Variables Proyectados.....	89
Tabla 52. Costos Fijos Proyectados.....	89
Tabla 53. Cantidad Estimada de Ventas	90
Tabla 54. Ingresos de Ventas.....	90
Tabla 55. Flujo Neto del Efectivo Proyectado.....	92
Tabla 56. Estado de Costo de Producción y Venta.....	93
Tabla 57. Estado de Resultado.....	94
Tabla 58. Estado de Situación Financiera.....	95
Tabla 59. Indicadores de Evaluación de Proyectos	96
Tabla 60. Indicadores Netos	96

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Oficio de Autorización.....	105
Anexo 2. Oficio de Permiso de Investigación del restaurante.....	106
Anexo 3. Encuesta Realizada.....	107

A. TÍTULO

**INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE “ASHLEY GRILL” EN LA
CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO.**

RESUMEN

Los restaurantes en el Ecuador se han ido desarrollando de manera prospectiva debido a las necesidades económicas de los consumidores, bajo este contexto se desarrolla un estudio de factibilidad financiera técnica para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en el parque lineal de la ciudad de Tena, donde se alude principalmente a la contextualización del problema, evidenciando así la importancia de generar una actividad de negocios y contribuir con la economía, ya que los emprendimientos se han ido desarrollando debido a la inestabilidad económica que presenta principalmente el país, en segunda instancia hace referencia a la fundamentación teórica, la cual se sustenta mediante artículos científicos y libros sobre la temática del estudio de factibilidad, se utilizó un enfoque metodológico cuantitativo representado mediante encuestas, al desarrollar la viabilidad comercial se determinó que un 57% de la población aluden que si estarían de acuerdo que se dé apertura de un restaurante por el Parque Lineal de Tena, por ende si es factible su implementación también se empleó un estudio de factibilidad financiera y económica analizando factores importantes que ayudan a determinar la aceptación del local comercial, las mismas que proporcionan información técnica sobre los costes totales de producción, evidenciando así el capital de trabajo necesario para la inversión que es de \$12.422,85 dólares americanos, se determinó el plan de inversión donde la rentabilidad del restaurante “Ashley Grill” es principalmente para el año uno de \$15.431,26 dólares americanos que representa el 7.79% de utilidad sobre las ventas, posteriormente se calculó la inversión total que asciende a un valor de \$23.227,35, en la cual su periodo de recuperación es de 1 año, 6 meses y 6 días, finalmente se desarrolló los indicadores de medición de proyectos arrojando un valor actual neto de \$83.075,54, una tasa interna de retorno del 84.52% y un costo de beneficio de \$4,50 lo cual significa que la implementación del restaurante “Ashley Grill” es factible.

Palabras clave: Estudio de factibilidad, Costos de producción, Costos totales, Rentabilidad proyectada, Tasa interna de retorno, Valor actual neto, Costo beneficio, Capital de Trabajo.

ABSTRACT

Restaurants in Ecuador have been developing prospectively due to the economic needs of consumers, under this context a technical financial feasibility study is developed for the implementation of the restaurant "Ashley Grill" in the linear park of the city of Tena, which mainly refers to the contextualization of the problem, thus demonstrating the importance of generating a business activity and contribute to the economy, since the enterprises have been developing due to the economic instability that mainly presents the country, in the second instance refers to the theoretical foundation, which is supported by scientific articles and books on the subject of the feasibility study, a quantitative methodological approach represented by surveys was used, to develop the commercial viability it was determined that 57% of the population allude that if they would agree to the opening of a restaurant in the Parque Lineal de Tena, Therefore, a financial and economic feasibility study was also used to analyze important factors that help determine the acceptance of the commercial establishment, the same that provide technical information on the total production costs, thus showing the working capital necessary for the investment of \$12,422.85 US dollars. 422.85 US dollars, the investment plan was determined where the profitability of the restaurant "Ashley Grill" is mainly for year one of \$15,431.26 US dollars which represents 7.79% profit on sales, subsequently the total investment was calculated which amounts to a value of \$23. 227.35, with a payback period of 1 year, 6 months and 6 days. Finally, the project measurement indicators were developed, yielding a net present value of \$83,075.54, an internal rate of return of 84.52% and a benefit cost of \$4.50, which means that the implementation of the "Ashley Grill" restaurant is feasible.

Key words: Feasibility study, Production costs, Total costs, Projected profitability, Internal rate of return, Net present value, Profit cost, Working capital.

Reviewed by

Lcda. Carmen Gutierrez Heras

Languages Center Coordinator – IST Tena

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Necesidad

El trabajo tiene por objeto presentar un informe financiero y económico para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo que aporte con una nueva iniciativa a la gastronomía interna generando oportunidades de empleo y mejor estabilidad económica para el emprendedor.

Como menciona Díaz, (2018) el emprendimiento pareciera ser “una estrategia para efectos del desarrollo económico de los países, están las esperanzas focalizadas en el emprendimiento empresarial como en el social, ya que implica convertir una idea por inverosímil que parezca en una innovación exitosa” (pág. 6).

En este sentido se infiere que generalmente el emprendimiento se relaciona con la creación de nuevas empresas, nuevas estrategias o nuevos conceptos con bases sólidas en el ámbito financiero aportando así una mejor estabilidad en sus resultados para aquellos productos o servicios que se deseen incorporar en mercados inexplorados (Díaz, 2018).

El emprendedor regularmente observa oportunidades donde los demás sólo ven problemas o pocas opciones, según Pino, (2018) esto implica:

Utilizar cualidades, habilidades, creatividad, innovación, tenacidad y tomar el riesgo que ello implica. En algunas ocasiones es necesario contar con conocimiento del área específica para crear un negocio propio. Quedaron atrás los prototipos de la edad, la experiencia y el género, que limitaban la decisión del emprendedor para seleccionar el giro de su negocio. (pág. 6)

Al encontrarse los ciudadanos con varias necesidades cada día más y más grandes y sin ninguna respuesta positiva por parte del gobierno ya que ha sido incapaz de solventar la problemática del bienestar social, es por este motivo que surge la figura del emprendedor social siendo una opción que permite alcanzar una

mejor economía y un desarrollo sustentable en la vida. Al iniciar como emprendedor se debe conocer que es muy complejo conocer cómo se va a tratar el funcionamiento del mismo, contemplar las circunstancias económicas, grupos de interés, el ámbito social y la situación política, es por ello que muchos de los emprendimientos no surgen su idea y al transcurso de los meses presentan un declive en su funcionamiento llegando al punto de colapsar en el mercado, es por ello que se pretende realizar un estudio de factibilidad para conocer si resulta factible o no antes de su implementación (Pino, 2018).

Según Quiroa, (2020) define en su artículo “Estudio de Factibilidad” que:

Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar. No obstante, este tipo de estudio le permite a la empresa conocer si el negocio o proyecto que espera emprender le pueda resultar favorable o desfavorable. También le ayuda a establecer el tipo de estrategias que le puedan ayudar para que pueda llegar a alcanzar el éxito. (pág. 10)

Es decir, en pocas palabras el estudio de factibilidad permite conocer si el negocio, proyecto o emprendimiento se puede ejecutar o no se puede ejecutar, conocer cuáles son las condiciones ideales para realizarlo y cómo podría solucionar las dificultades que se puedan presentar al momento de su implementación, así se evitaría pérdidas monetarias innecesarias en el transcurso de su participación en el mercado.

Cómo afirma Vega, (2016) un estudio de factibilidad consiste en:

La recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. También el estudio de factibilidad en los emprendimientos resulta útil para evaluar la posible ampliación o expansión de un negocio o emprendimiento ya existente. En términos generales los estudios de factibilidad en los emprendimientos buscan contestar la pregunta sobre si resulta deseable el establecer o ampliar una empresa a base del rendimiento económico que se obtendría de la misma. (pág. 2)

El esfuerzo que se emplea toma tiempo y cuesta dinero, pero es imprescindible si se toma en cuenta que realizando se puede evitar invertir mayor tiempo y esfuerzo en una iniciativa con pocas probabilidades de éxito, por efecto el estudio de factibilidad es el paso más crítico antes de convertir la idea de negocio en realidad (Vega, 2016).

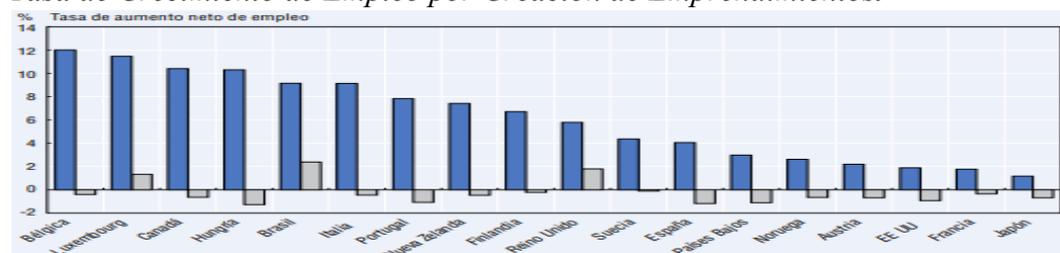
Según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2016) el emprendimiento es:

Especialmente importante para mejorar el empleo y las condiciones de vida entre los jóvenes. Con más de 163 millones de individuos de edades comprendidas entre 15 y 29 años y solo la mitad de ellos empleados, América Latina se enfrenta al desafío de crear oportunidades laborales para este grupo de edad, sobre todo en el sector financiero. La tasa de desempleo juvenil en América latina sigue siendo dos veces más elevada que la tasa mundial general y tres veces más alta que la de los adultos de la región. Además, las recesiones económicas son más susceptibles de afectar a los individuos jóvenes, dada su mayor propensión a los empleos temporales. (pág. 28)

Como menciona en un artículo de la revista CEPAL la tasa de crecimiento de empleo por empresas jóvenes o emprendimientos sobreviven en el mercado y la competencia en América Latina y el Caribe (**Figura 1**) debido a los estudios y análisis realizados con anterioridad donde revelan el papel sustancial de las políticas públicas para una asignación de recursos financieros eficaz por ende se puede mencionar que los emprendimientos de firmas jóvenes son más susceptibles de experimentar falencias en su desarrollo y que tengan que depender de financiamiento externo para implementar y comercializar sus ideas de negocio.

Figura 1.

Tasa de Crecimiento de Empleo por Creación de Emprendimientos.



Fuente: Revista CEPAL, 2017

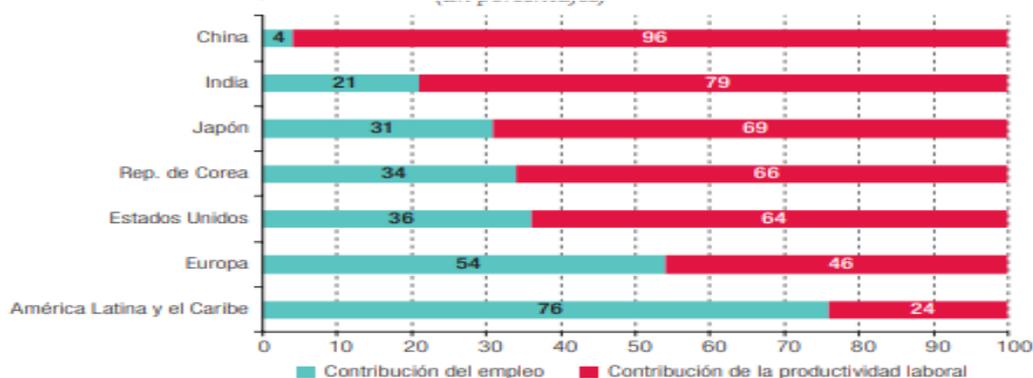
A través del emprendimiento, los jóvenes pueden mejorar su capacidad para incorporarse en los mercados laborales y generar otras externalidades positivas en el mediano plazo. Aunque los jóvenes no posean experiencia o recursos financieros para el emprendimiento, por ejemplo, implicarse en tales actividades puede ayudarles a adquirir nuevas competencias y mejorar su bienestar.

El emprendimiento juvenil en América Latina según Bárcena (2020) está íntimamente ligado a la estructura del tejido empresarial en la región:

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) representan más del 80% del empleo y más del 90% del total de empresas en América Latina. Sin embargo, las grandes empresas todavía contribuyen en casi un 70% al producto interior bruto (PIB) de la región. Estas asimetrías entre la distribución del empleo y la productividad con una gran proporción de trabajadores concentrada en empresas menos dinámicas también se reflejan en la estructura de los proyectos de emprendimiento de la región. (pág. 25)

Figura 2.

América Latina y el Caribe: Contribución del empleo y la productividad laboral al crecimiento del PIB, promedio 2000-2019



Fuente: Santiago, 2020 Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Como se puede observar en la figura 2 sobre el crecimiento del PIB se puede analizar que durante el ciclo de auge de los precios de los productos básicos han jugado definitivamente en contra del desarrollo de un proceso de cambio la contribución de la productividad laboral al crecimiento económico para América Latina y el Caribe.

2.2. Actualidad

Como menciona (Carvajal, 2020) en la actualidad los emprendimientos:

Se presentan como una alternativa para muchas personas que no tienen un trabajo estable o que desean iniciar su propio negocio, pero lamentablemente la falta de experiencia y de conocimientos, sumado al entorno en el que se desenvuelven, ha ocasionado que muchos de ellos cierren a los pocos años, esta es la razón para proponer un modelo de emprendimiento identificando factores que lo hagan sostenible en el tiempo. (pág. 1)

Los emprendimientos a nivel nacional se han venido desarrollando de manera empírica en el país, la carencia de estudios financieros, planes económicos y proyectos de factibilidad hacen que los emprendimientos no maduren la actividad económica ejercida dentro de un tiempo prolongado, por tal motivo las fluctuaciones económicas de las unidades de negocios se ven mermadas hasta caer en un declive total (Carvajal, 2020).

La pandemia a nivel nacional ha jugado un rol muy importante para la creación de emprendimientos donde el costo de oportunidad para el desarrollo de un negocio es alto pero su implementación es realizada de manera elocuente es por ello que en muchos casos los emprendimientos no surgen y al transcurrir de los meses se ven afectados y obligados a su dispersión en el mercado.

El panorama del emprendimiento en pandemia en Ecuador como menciona Useche, (2021) “no ha sido ajeno al Covid-19, el sistema empresarial se ha visto afectado, generando debilidades (disminución de ingresos, poco acceso a financiamiento público, falta de capacidad de inversión) y afianzado a la heterogeneidad estructural de la región” (pág. 12).

En este artículo la CEPAL (2020) menciona que:

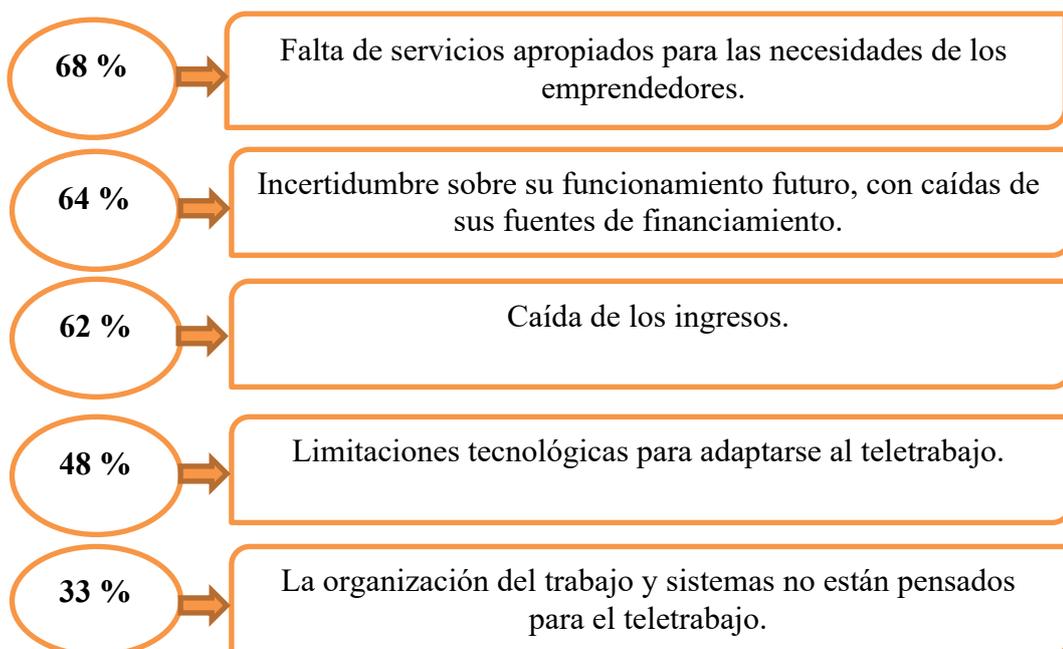
El impacto será mucho mayor en el caso de las microempresas y las pymes, por su peso en la estructura empresarial de la región, que se traducirá en cierres de empresas y pérdidas de puestos de trabajo y se estima que

cerrarían más de 2,7 millones de empresas formales en la región, con una pérdida de 8,5 millones de puestos de trabajo. (pág. 6)

En relación a lo expuesto anteriormente se puede decir que por motivo de la emergencia sanitaria a nivel mundial y en el Ecuador, el índice de inversión económico ha descendido lo cual genera cierta intriga a proceder con la implementación de un restaurante en la ciudad de Tena. Es irrefutable que el Covid-19 ha generado impactos negativos de los cuales no se escapan los emprendimientos a continuación, se presenta el gráfico con los principales obstáculos de los emprendimientos en Ecuador.

Figura 3.

Obstáculos de los emprendimientos en Ecuador



Fuente: Kantis y Angelelli, 2020

Modificado por: Molina Johanna, Gaibor Selena, 2022

Los hallazgos compartidos evidencian que se han ampliado las debilidades de los emprendimientos y acentúan las tensiones económicas, sociales y ambientales, directas e indirectas generando también impactos en el emprendedor y sus determinantes. Así, la reducción del espacio de oportunidades conllevó a la disminución de la intención emprendedora y esto llevó a que siete de los 15 países de América Latina registran una caída en sus valores del índice de condiciones sistemáticas para el emprendimiento.

Por ende se puede decir que en la actualidad el emprendimiento ecuatoriano, aunque las principales acciones estuvieron orientadas a las obligaciones financieras y tributarias, minimizar el empleo e incrementar el acceso al crédito, la necesidad de facturación conllevó de manera incipiente y con escasa preparación al uso de las tecnologías de información y comunicación para ofrecer los bienes y servicios, mantener contacto con los clientes y captar consumidores potenciales, demostrando el rol preponderante de estas para facilitar y mantener sus actividades.

2.3 Importancia

El estudio de factibilidad es un instrumento muy importante actualmente para la implementación de proyectos de cualquier naturaleza, para evitarnos inversiones innecesarias en el caso que un proyecto no sea factible, simplemente no se lo pone en marcha, cosa que no sucedería si no se realiza dicho estudio, de allí que está plenamente justificada la elaboración del estudio propuesto para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

Además, el estudio de factibilidad proporciona datos relevantes en todos los aspectos considerados en el proyecto lo más cercanos a la realidad, haciendo más segura la inversión.

En definitiva, porque la implementación del restaurante en la mencionada Ciudad de Tena específicamente en el barrio Aeropuerto N°2, con una idea de emprendimiento que solvente los gustos y preferencias de la demanda en cuanto a calidad de servicio y platos culinarios, sería un aporte para ampliar la oferta turística existente, además de crear nuevas fuentes de trabajo para sus habitantes y consecuentemente mejorar la economía local.

2.4 Presentación del problema de investigación a responder

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC., 2015) el 50% de la población entre 10 a 19 años:

Consumen comidas rápidas, teniendo una mayor incidencia en hombres con un 52,2%. Así también en la región que se consume más comida rápida es en la Sierra con un 56%,seguido de la región insular con un 53%, luego está la

costa con un 43% y finalmente la Amazonía con un 37%. Otro dato importante a tener en cuenta es que la frecuencia con la que consumen comida rápida es de 1,5 días a la semana. Teniendo presente éste dato y aprovechando el porcentaje de consumidores de las comidas rápidas se manifiesta la idea de la implementación de un restaurante. (pág. 22)

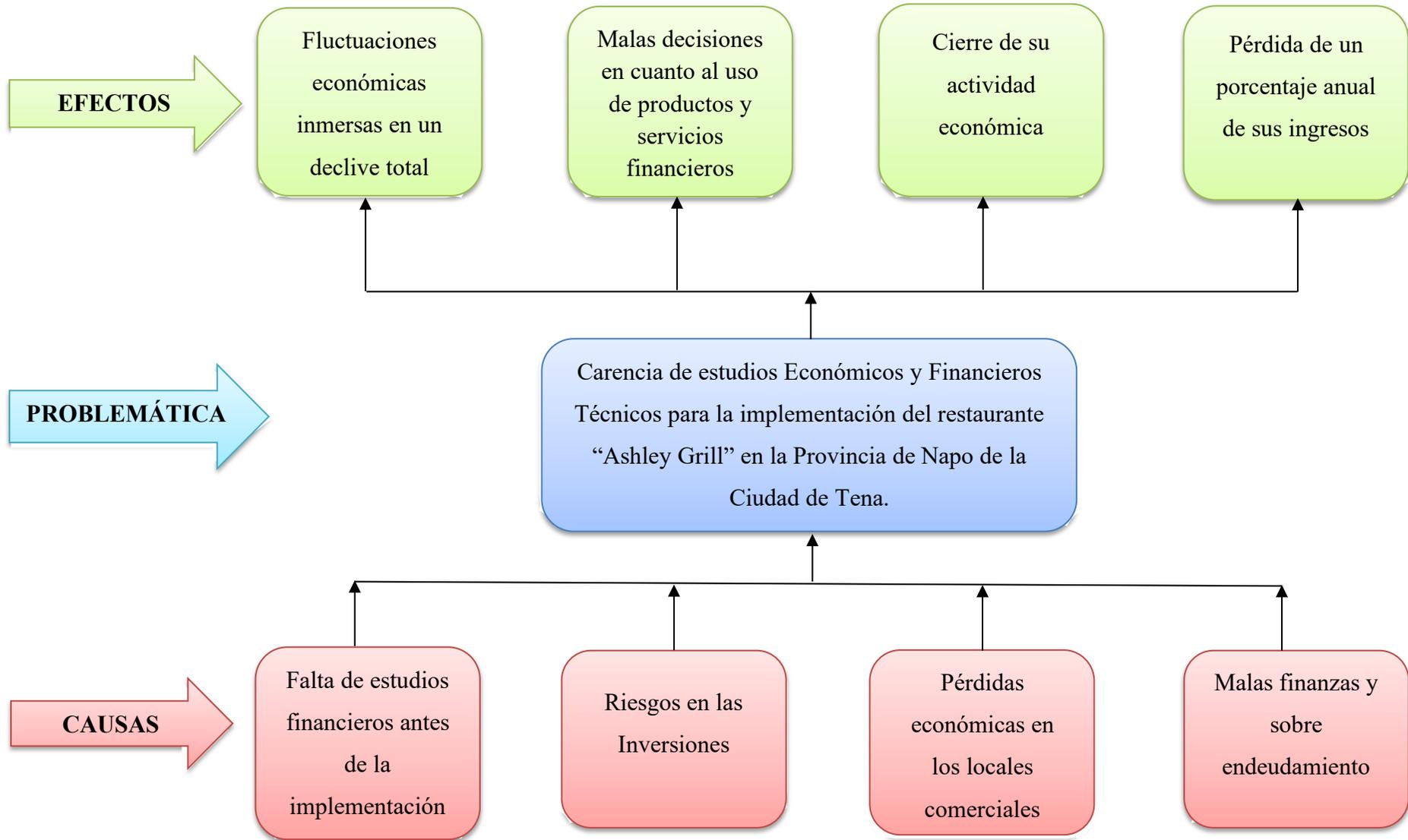
En la ciudad de Tena, existen muchos emprendimientos que no permanecen fijos en el mercado, su tiempo de posicionarse no perdura ya que no se realiza un estudio previo a su posicionamiento, donde se puede conocer si resultará factible o no, es por ello que no maduran su idea de negocio y con el paso del tiempo se ven obligados al cierre de sus actividades.

Para la implementación del restaurante “Ashley Grill” se realizará un estudio financiero y económico para conocer su factibilidad antes de su implementación, llegando a determinar los costos de inversión generados, capital de trabajo, flujo de caja, costos, gastos que se generan al momento de iniciar el proceso de implementación.

En la actualidad la cultura gastronómica se ha desarrollado en base a la globalización, esta evidencia un cambio en las costumbres y tradiciones a la hora de comer, según Mascarenhas, (2015) “toda esta problemática ha sido expresada por gastrónomos para la creación, en su beneficio, de técnicas y metodologías nuevas que capten la atención de sus potenciales clientes” (pág. 15).

Figura 4.

Árbol de Problemas



Fuente: Investigación de Campo

La problemática que radica en la ejecución del emprendimiento está dada principalmente por la carencia de estudios económicos y financieros para la implementación del restaurante en donde una causa fundamental es la falta de estudios financieros antes de la implementación lo cual podría conllevar a que existan fluctuaciones económicas inmersas en un declive total, así mismo se puede evidenciar que él no mitigar el riesgo en las inversiones ocasiona la toma de malas decisiones en cuanto al uso de productos y servicios financieros, además al existir pérdidas económicas en los locales comerciales obliga al cierre de sus actividades diarias y por ende las malas finanzas y sobre endeudamiento ocasiona la pérdida de un porcentaje anual de sus ingresos concluyendo así, que los estudios financieros técnicos son de vital importancia antes de la implementación de los emprendimientos.

De lo anterior mencionado y tomando en cuenta de la implementación del restaurante a realizarse, surge la pregunta del problema a resolver la cual es:

¿Cuál será la factibilidad de implementar un restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo?

Campo: Administración

Área: Financiero

Aspecto: Negocio

Sector: Comercio

2.5. Delimitación

2.5.1. Delimitación Espacial

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

Parroquia: Tena

Barrio: Aeropuerto N°2

Emprendimiento: Restaurante “Ashley Grill”

2.5.2 Delimitación Temporal

El trabajo de investigación se desarrollará en el ciclo académico mayo 2022 – octubre 2022

2.6. Beneficiarios

El presente estudio permitirá evaluar la reacción de los consumidores frente a la implementación de un restaurante en el barrio Aeropuerto N°2 en la Ciudad de Tena, así como se valora que tipo de campaña utiliza para poder llegar al público del sector, también se podrá averiguar las opiniones de las ventajas y desventajas del producto y servicio.

2.6.1. Directos

Propietario y proveedores

2.6.2. Indirecto

La sociedad en general ya que amplían sus opciones para deleitar platos o diversos menús en su estadía en la provincia. Y sobre todo que el producto está al alcance de todo bolsillo.

C. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

- Presentar un informe financiero para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la Ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

3.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de factibilidad comercial y financiera para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la Ciudad de Tena de la Provincia de Napo.
- Determinar la viabilidad financiera y económica para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la Ciudad de Tena de la Provincia de Napo.
- Elaborar un informe financiero y económico para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la Ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

El desarrollo del Trabajo de Integración Curricular se fundamenta en la metodología de estudios que contempla la malla curricular de la carrera de Tecnología Superior en Administración.

Cuadro 1.

Asignaturas Integradoras

ASIGNATURAS	APLICACIÓN DIRECTA	APLICACIÓN INDIRECTA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Formulación y Evaluación de Proyectos	X		Identifica y propone el tamaño adecuado y la mejor localización del proyecto de inversión acorde al entorno que le rodea con el fin de generar una opción válida para el proyecto.
Planificación Estratégica	X		Proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos.

Métodos Estadísticos		X	Describe los datos estadísticos con el fin de presentar la información en forma de resumen por medio de tablas y gráficas.
Investigación de Mercado		X	Identifica el aporte de la investigación de mercado en las diferentes decisiones de las organizaciones de manera eficiente.
Presupuestos		X	Demuestra los resultados de la ejecución presupuestaria, mediante la evaluación para emitir juicios críticos a los informes presupuestarios apoyados en indicadores financieros.
Análisis Financiero		X	Calcula e interpreta razones financieras como herramientas de toma de decisiones.
Matemática Financiera		X	Determina el interés simple, interés compuesto y sus aplicaciones en la liquidación de documentos financieros, endeudamiento e inversiones a corto, mediano y largo plazo.
Estadística Inferencial			Aplica técnicas estadísticas que permitan obtener datos confiables para analizar los resultados que

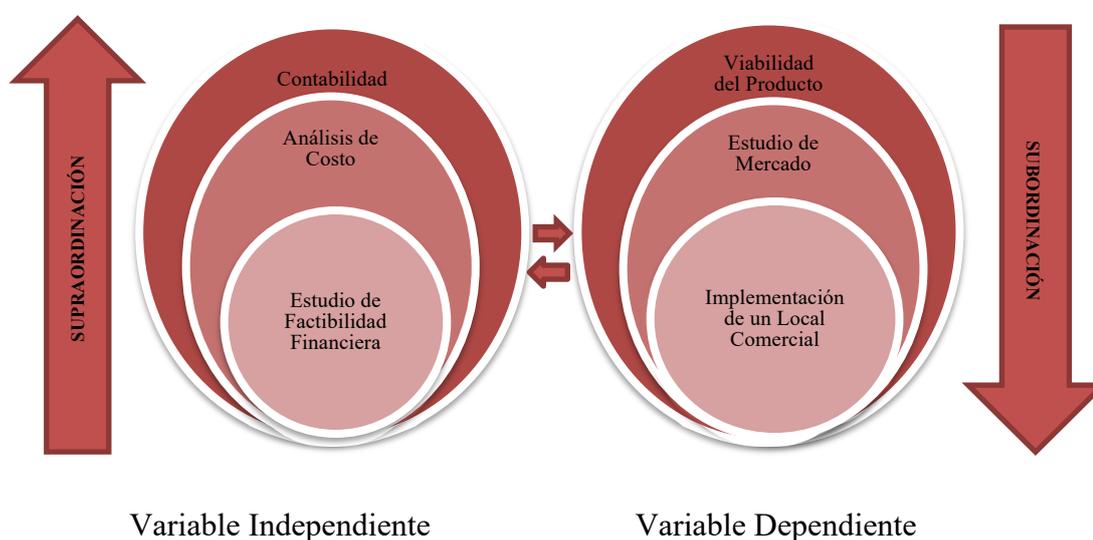
	X	contribuyan a la toma de decisiones para la organización.
Metodología de la Investigación	X	Formula la solución de problemas de índole administrativo aplicando metodologías y técnicas de investigación.
Macroeconomía	X	Identifica y analiza las principales variables macroeconómicas que explican el funcionamiento de la actividad económica.
Matemática Aplicada	X	Utiliza el álgebra como mecanismo de modelamiento matemático para desarrollar problemas del campo administrativo.

Fuente: Planes Estudios Analíticos – ISTT (2019)

E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El Desarrollo de la fundamentación Teórica se desarrolla de acuerdo a la jerarquización de variables que se presenta en la Figura 5

Figura 5. Jerarquización de Variables



5.1. Estudio de Factibilidad

Según Duvergel et al. (2017) el Estudio de Factibilidad:

Se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar una mejor decisión, es decir que es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso para su debida implementación en el mercado. (pág. 5)

En relación a lo expuesto anteriormente, el estudio de factibilidad menciona que es un análisis técnico que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto, y se basa en tomar la mejor decisión para la implementación del negocio en el mercado.

5.1.1. Objetivos de un estudio de Factibilidad

1. Determinar la factibilidad financiera y económica
2. Lograr determinar el problema y la estructura de los requerimientos de información, con el fin de estimar los recursos necesarios.
3. Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.

5.1.2. Estudio de factibilidad Financiera

“Esta se centra sobre todo en el aspecto económico es decir de esta manera se interesa por la inversión inicial, los diferentes gastos y los ingresos esperados, así como las formas de financiación”. (Arias, 2020)

Además, menciona que la factibilidad financiera se prepara para identificar los puntos positivos y negativos antes de hacer una inversión de tiempo y dinero, es decir que cuando los inversionistas tienen una idea de algún nuevo proyecto, primero realizan un estudio de factibilidad financiera para determinar su viabilidad (Arias, 2020).

En ese sentido, existen una serie de factores que hay que tomar en cuenta a la hora de identificar y mediar dichas posibilidades, así lo alude MeFinancia (2018):

- **Sostenibilidad:** Capacidad de mantenerse y autosatisfacer los requerimientos propios del proyecto.
- **Rentabilidad:** Capacidad de satisfacer las expectativas de los/as accionistas
- **Tiempo:** Rango de tolerancia en tiempo para cumplir con los requerimientos propios del negocio y las expectativas de sus accionistas.

5.1.3. Estudio de Factibilidad Económica

El estudio de factibilidad económica se debe realizar un análisis exclusivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto es decir que si la evolución se observa que los costos supera a los beneficios sería mejor no desarrollarlo, en cambio si el beneficio supera a los costos, la decisión de la implementación del proyecto se vuelve menos arriesgada, aunque no implica que no existan riesgos, según el autor Pablo Navarro Dino (2017), menciona que:

La Factibilidad Económica surge de analizar si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con el capital del que se dispone, y en su caso, realizar el estudio financiero correspondiente para captar capital de terceros. (pág. 1)

Como menciona el autor (Navarro, 2017) la factibilidad económica ayuda a realizar el análisis costo-beneficio del negocio, el mismo que permitirá determinar si es factible desarrollar económicamente el proyecto, es decir que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad.

5.1.4. Flujo de caja

Facilitan la información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas, es decir que es una información indispensable para conocer el estado de la empresa, ya que es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez, en donde hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un periodo determinado. (Kiziryan, 2015)

Como menciona el autor (Pablo Antonio, 2016) el flujo de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja, en un periodo dado a una empresa, también se le puede definir como la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto se constituye en un indicador importante de la liquidez de un proyecto.

5.1.5. Indicadores de medición de proyectos

Mecanismos que sirven para medir el logro de los objetivos de un proyecto, es decir que estos indicadores deben ser medibles, entendibles y controlables.

Es decir que se clasifican en los siguientes indicadores:

a. Valor Actual Neto

Es un indicador que sirve para determinar la viabilidad, para así poder evaluar situaciones que se puedan dar en el futuro de una empresa.

Una manera de establecer el VAN es mediante la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Beneficio neto actualizado (BNA)} - \text{Inversión}$$

El BNA es el valor actual del flujo de caja o beneficio neto proyectado, que ha sido actualizado mediante una tasa de descuento (TD). Esta última es la tasa de rendimiento o rentabilidad mínima que se espera obtener.

VAN < 0 el proyecto no es rentable. Cuando la inversión es mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) significa que no se satisface la TD.

VAN = 0 el proyecto es rentable, porque ya está incorporado ganancia de la TD. Cuando el BNA es igual a la inversión (VAN igual a 0) se ha cumplido con la TD.

VAN > 0 el proyecto es rentable. Cuando el BNA es mayor que la inversión (VAN mayor a 0) se ha cumplido con dicha tasa y, además, se ha generado una ganancia o beneficio adicional. (ESAN, 2017)

b. Tasa Interna del retorno

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, en donde la tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje y que también es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. (Vaquiro, 2017)

En relación con este tema la Tasa interna de retorno (TIR) es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje, mostrando cuál sería la tasa de interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias. (Itzel Brun, 2014)

Para hallar la TIR empleamos la fórmula del VAN, pero en lugar de hallar el VAN (que reemplazamos por 0), hallaríamos la tasa de descuento:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

c. Costo Beneficio

El costo-beneficio (B/C) también es conocido como índice neto de rentabilidad y su valor se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos Totales Netos o beneficios netos (VAN) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC). (Rodrigues, 2021)

Cabe resaltar que el costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación de un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, es decir que podemos estimar el impacto financiero acumulado de lo queremos lograr para así tener una mejor inversión en la implementación de un negocio.

La fórmula quedaría de la siguiente manera:

$$B/C = VAN / VAC$$

d. Periodo de Recuperación

Este indicador mide el tiempo que toma al proyecto generar la riqueza suficiente que satisfaga los requerimientos de sostenibilidad del negocio, ya que en la medida en que la empresa esté funcionando y generando algún tipo de beneficio se va acumulando riqueza, sin embargo, si el tiempo en que lo logre no le satisface a quien provee de los recursos entonces probablemente carezca de una financiación. (MeFinancia, 2018)

Como lo menciona anteriormente el autor es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Para calcular el PRI se usa la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

5.1.6. Análisis de Costos

Es un proceso para identificar los recursos que se necesitaran para llevar a cabo un proyecto o desarrollar una función dentro de la empresa, es decir que contempla métricas como el dinero, la mano de obra, el equipo o maquinaria, los repuestos y otras variables que serán necesarias. (Definición de Análisis de costos, s.f.)

Con relación a lo citado anteriormente el análisis de costo es un cálculo matemático donde intervienen los costos fijos y variables de un producto para determinar el capital de trabajo, la cual ayuda a determinar la inversión inicial, depreciaciones y por último analiza la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación que se necesita para determinar el costo de un producto.

5.1.6.1. Costo Fijo

Los Costos Fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción, en otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción. (Lic. Adm. J. Mónica, s.f.)

En relación a lo anteriormente un costo fijo es considerado cuando ese valor perdura más de un año, es decir que son rubros que mantienen un mismo valor durante un tiempo, la cual son costos independientes de la actividad productiva de la empresa, es decir que ni sube ni baja, puede ser positivo o negativo dependiendo de las circunstancias de la organización.

Según R. Jacobi, (2018), los costos fijos son aquellos costos que las empresas deben de pagar independientemente de su nivel de operación, es decir produzca o no deben ser pagados.

5.1.6.2. Costo Variable

Es el costo que se asigna directamente a cada unidad de producto, es decir que comprende la unidad de la materia prima o materiales para ser utilizados para fabricar una unidad de producto, en donde se define como los costos requeridos para que una empresa pueda elaborar sus productos. (Cruz, 2018)

En lo mencionado anteriormente los costos variables son aquellos costos que se modifican o varían en función a la producción que se desarrolla en una empresa, es decir, acorde a la cantidad de bienes o servicios que se fabrican en el proceso productivo, en donde el mayor volumen de producción en una organización, mayor será el valor de costos variables.

5.1.6.3. Costo Total

Es la suma de todos los costos fijos y variables, en donde el costo total se representa gráficamente como una curva de inclinación ascendente, es decir que los costos aumentan cuando el volumen de producción aumenta, por lo cual la curva tiene forma de S, reflejando con mayor eficiencia ante un menor nivel de producción y una eficiencia decreciente cuando el volumen de producción se aleja del punto de rendimiento discreto. (Cruz, 2018)

En relación a lo expuesto anteriormente se puede decir que el costo total se refiere a la totalidad de costos de una empresa, en donde se puede tratar de la suma de todos los costos, como alquiler de un local, los salarios de los empleados y con costos variables como la materia prima, es decir que puede constituir al costo total de un restaurante para mantener el funcionamiento.

5.1.7. Contabilidad

Define a la contabilidad como una serie de procesos financieros, independientemente del tipo de entidad económica, para registrar las operaciones económicas con la finalidad de emitir estados financieros y de esa forma tomar decisiones que permitan alcanzar los objetivos de la entidad. (Cervantes, 2019)

Brevemente a lo mencionado la contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones que realiza la empresa con el fin de interpretar sus resultados, para que así los gerentes a través de ella puedan orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables permitiendo así conocer la estabilidad y la capacidad financiera de la empresa.

5.1.7.1. Contabilidad Financiera

Es una rama del área de contabilidad que se ocupa de sistematizar la información de las actividades y la situación económica de una empresa en un momento del tiempo y a lo largo de su desarrollo, en donde ayuda a recopilar, ordenar y registrar la información de la actividad económica. (Roldán, 2017)

En efecto la contabilidad financiera es la encargada de recolectar, clasificar, registrar, sintetizar e informar sobre las transacciones monetarias realizadas por una organización económica, por lo cual su función principal es llevar la vida económica de una empresa históricamente.

Según las Autoras Estefanía Yérmamos, Luisa Correa (2011) es el sistema de información cuantitativa expresado en unidades monetarias orientado al registro de las transacciones económicas y a proporcionar información histórica a terceras personas relacionadas con la empresa, tales como accionistas instituciones de crédito, inversionistas, entidades gubernamentales, etc., a fin de facilitar la toma de decisiones.

5.1.7.2. Contabilidad Administrativa

Es un sistema de información al servicio de las necesidades y estrategias de la administración, con orientación práctica destinada a facilitar las funciones de planeación, dirección, control y toma de decisiones por parte de los gerentes, es decir, la contabilidad administrativa se concentra en la presentación de información cuantitativa y cualitativa orientada al futuro. (Estefania Yermanos, 2011)

Cabe mencionar que la contabilidad administrativa se puede decir que es un sistema que ofrece información a la administración, siendo un tipo de contabilidad que se caracteriza porque la información recogida se destina únicamente para el uso

interno de la empresa, concretamente para facilitar las funciones del departamento de administración en la planeación y en la toma de decisiones.

5.1.7.3. Contabilidad de Costos

La contabilidad de costos identifica, define, mide, reporta y analiza los diversos elementos de los costos directos e indirectos asociados con la producción y la comercialización de bienes y servicios, también mide el desempeño, la calidad de los productos y la productividad. (Menesby)

5.2. Implementación de un Local Comercial

Según Scorcelli Roxana, (2015). “Cuando un emprendedor decide abrir su primer local comercial se encuentra frente a una serie de preguntas y dilemas que muchas veces dificultan la puesta en marcha del proyecto, ocasionado pérdida de tiempo, dinero y sorpresas a los futuros comerciales”

Según lo expuesto se puede analizar que, para la puesta en marcha de un local comercial, se requieren de elementos que permitan tanto administrativamente, contablemente y promocionalmente garantizar el éxito de la puesta en marcha y funcionamiento a largo plazo.

5.2.1. Estudio de Mercado

Es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto, es decir que analizan y observan un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio. (Galán, 2015)

Para dar continuidad se expone que un estudio de mercado consiste en un conjunto de acciones que recolecta, analiza y representa información, la cual permite tomar decisiones para mejorar las técnicas de mercado, así como las ventajas que aporta el estudio de mercado en un análisis de factibilidad son:

- Identifica las necesidades de un sector/ clientes
- Identifica la viabilidad de un proyecto
- Identificar el posicionamiento de una empresa o producto en el mercado.

5.2.1.1. Estrategias comerciales

Es el conjunto de acciones que pone en práctica una empresa para dar a conocer un nuevo producto, para aumentar su cuota de venta o para aumentar su cuota de participación de mercado, para así lograr alcanzar una ventaja competitiva que permitirá a la empresa mantenerse en el mercado con suficiente margen de rentabilidad. (Quiroa M. , 2020)

5.2.1.2. La necesidad del cliente

Es el aspecto fundamental para aplicar con éxito la estrategia comercial, puesto que cualquier necesidad insatisfecha del cliente se puede utilizar como una fuente de oportunidad al desarrollar o adecuar productos que cubran esa necesidad de forma satisfactoria.

5.2.1.3. Marketing

Es la ciencia, arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro, es decir que identifica las necesidades y deseos no realizados, por lo que define, mide, cuantifica el tamaño del mercado identificado. (Mesquita, 2018)

Con referencia a lo citado anteriormente el marketing es un conjunto de procesos, técnicas y estudios, la cual se identifican las necesidades de los clientes, conociendo las faltas que tiene en el proceso de desarrollo del negocio o emprendimiento teniendo, así como objetivo mejorar y satisfacer las necesidades.

5.2.1.4. Estrategias de marketing

Las estrategias de marketing definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa, es decir que para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que nos vamos a dirigir, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación). (Espinosa, 2015)

En referencia a lo expuesto las estrategias de marketing son un conjunto de actividades que analizan el mercado y el cual permiten que se logre alcanzar los objetivos definidos satisfaciendo así las necesidades para estar en el mercado.

5.2.2. Viabilidad de Producto

Ayuda a determinar el espacio que un producto que ocupará en el mercado, analizando factores como los clientes actuales, potenciales, y la competencia para determinar la viabilidad y éxito de cualquier producto.

Una empresa tiene varias opciones para alcanzar esta etapa de crecimiento de mercado, estas estrategias son:

- **Penetración de mercado:** Esta estrategia consiste en la mejora de la calidad de los productos, incluso el añadido de extras, con lo que se puedan atraer a más consumidores y que además logren incrementar la compra de los actuales clientes, si se toma como ejemplo un restaurante, esto se lograría mediante promociones y campañas publicitarias para atraer nuevos clientes y cupones de descuento por fidelidad a los actuales clientes.
- **Desarrollo de mercado:** Con esta estrategia se quiere incrementar la distribución a otras plazas y buscar nuevos segmentos del mercado, lo que se busca es la expansión, siguiendo el ejemplo sería la apertura de un nuevo restaurante con el mismo concepto, productos y servicios, pero ubicada en otro sector geográfico.
- **Desarrollo de productos:** Aplicando esta estrategia se pretende ampliar la gama de productos y lanzar otros nuevos, su éxito depende del conocimiento de las necesidades de los clientes y ofrecer lo que necesita en este caso del restaurante se apostaría a su crecimiento al ampliar su gama de productos, ofreciendo nuevos platos y presentaciones de su comida gourmet.
- **Diversificación:** Esta última estrategia considera el lanzamiento al mercado de una nueva gama de producto, busca ampliar el público objetivo.

5.3. Marco Legal

Según LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (2008)

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Según el REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS

Capítulo XII

De la Vigilancia y Control

Art. 35.- El Ministerio de Salud Pública, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, es el responsable de la realización de las actividades de vigilancia y control establecidas en la Ley Orgánica de Salud y en este Reglamento y regulará y establecerá las políticas en materia de vigilancia y control sanitario de los productos alimenticios.

Art. 37.- Cuando se realicen inspecciones técnicas, la autoridad de salud competente levantará las actas relativas a las condiciones sanitarias o de buenas prácticas de manufactura en el establecimiento objeto de la inspección, y mediante un informe, emitirá las observaciones que fueren pertinentes. Se establecerá un

formulario único de acta de inspección que será diligenciado por la autoridad de salud competente que intervenga en la misma.

Art. 45.- La autoridad de salud y funcionarios técnicos competentes, tendrán libre acceso a los establecimientos, exclusivamente, para el cumplimiento de sus funciones de inspección y control sanitario.

Art. 46.- Las acciones de control y vigilancia sanitaria sobre los establecimientos de alimentos y productos alimenticios se enmarcarán en acciones de vigilancia en salud pública y control de factores de riesgo; sujetándose a la verificación del cumplimiento de las condiciones sanitarias y a las buenas prácticas de las actividades que realizan y se orientarán por los principios que rigen el sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC), para lo cual la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria • ARCOSA diseñará, implementará y actualizará el perfilador de riesgos correspondiente.

La asignación del establecimiento o del lugar para realizar la inspección se determinará a través de uno de los siguientes mecanismos:

- a) Por selección aleatoria
- b) Por contingencia o alerta sanitaria
- c) Por programas determinados por la autoridad sanitaria
- d) Por denuncia de terceros
- e) Petición del propietario
- f) Como seguimiento a un procedimiento administrativo iniciado por la autoridad sanitaria nacional.

Art. 47.- Cuando se realicen inspecciones, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria • ARCOSA levantará las actas relativas a las condiciones sanitarias o de Buenas Prácticas de Manufactura en el establecimiento objeto de la inspección, y mediante un informe, emitirá las observaciones que fueren pertinentes.

Según la LEY DE COMPAÑÍAS 2022

Sección VI

De la Compañía Anónima

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo.

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías y Valores.

Art. 192.- La compañía anónima puede adquirir sus propias acciones por decisión de la junta general, en cuyo caso empleará en tal operación únicamente fondos tomados de las utilidades líquidas y siempre que las acciones estén liberadas en su totalidad.

5.3. Marco Conceptual

Beneficio: Es la cantidad monetaria resultante de la diferencia entre ingresos y costos de una inversión, negocio o cualquier otra actividad económica.

Costos: El costo es un elemento esencial en la fijación de precios, ya que es indispensable para medir la contribución al beneficio y para comparar y jerarquizar el producto entre otros productos.

Cliente: Es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa, es decir que puede comprar un producto y luego consumirlo o simplemente comprarlo para que lo disfrute otra persona.

Demanda: Es la cantidad total de un bien o servicio que puede ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar.

Inversión: Es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo.

Mercado: Es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio.

Propietario: Es aquella persona física y jurídica que ejerce la acción de propiedad o dominio de un activo, es decir ejerce posesión y control sobre un bien en particular.

Proveedores: Es aquella persona que provee o suministra profesionalmente de un determinado bien o servicio a otros individuos o sociedades, como forma de actividad económica y a cambio de una contra prestación.

Producto: Se define como el resultado que se obtiene del proceso de producción dentro de una empresa.

Rentabilidad: Hace referencia a los beneficios que han obtenido o se puede obtener de una inversión, o como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados.

F. METODOLOGÍA

6.1. Materiales y equipos

6.1.1. Medios Tecnológicos

- Computadora (Marca Asus memoria RAM 4,00 GB)
- Computadora (Marca Dell memoria RAM 4,00 GB)
- Impresora Canon MP 280
- Celular Redmi 9
- Celular Samsung A50
- Internet

6.1.2. Material Didáctico

- Cuadernos
- Esferos
- Calculadora
- Lápiz
- Borrador
- Papel bond
- CD
- Carpetas

6.2. Ubicación del Área de estudio.

En esta investigación se realizó un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación de un restaurante en la ciudad de Tena.

La ciudad de Tena es la capital de la provincia Napo, también llamada la ciudad de la guayusa y canela, ubicada en la región amazónica del Ecuador.

6.2.1. Mapa Satelital del Parque Lineal de la Ciudad de Tena

Ilustración 1. Mapa Satelital del Parque Lineal de la Ciudad de Tena



Fuente: Google Maps (2021)

6.2.2. Población

La población es el universo en la investigación, cuando esta es muy amplia, para estudiarla es necesario obtener la muestra. La población total de la ciudad de Tena incluyendo las parroquias es de 60.880 habitantes.

6.2.3. Muestra

Para determinar la muestra se utilizó la población total del cantón Tena que, según datos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Tena es de 60.880 habitantes. Además, se puede decir que la comunidad Tenense son los beneficiarios directos de la distribución y venta del producto.

Para determinar el tamaño de la muestra utilizamos la fórmula citada a continuación:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra poblacional a obtener.

N= Universo o población total.

Z= Coeficiente de nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

E= Error de estimación

Datos:

N= 60.880

Z= 95%= 1,96

p= 0,5

q= 0,5

E= 0, 05

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5) * 60.880}{60.880(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{58,469.152}{153.1604}$$

$$n = 382 \text{ encuestas}$$

6.3. Paradigma Positivism

Es también llamado (cuantitativo, empírico-analítico, racionalista) busca explicar, predecir, controlar, verificar teorías y leyes para regular, identificar causas reales, temporalmente procedentes o simultaneas. (Herrera, 2018)

Positivism es la consideración de tres momentos para el desarrollo de este método es decir que el primero tiene que ver con la construcción del objetivo de estudio, comprendiendo la formulación hipotética del problema abordado; el segundo, relacionado con el diseño metodológico de la investigación, apoyando en la elección de técnicas de recopilación de datos que provean las posibilidades de medición, comprobación y comparabilidad, incluyendo instrumentos para la

estandarización y verificación de los datos y el tercero, la discusión y presentación de resultados que dan cuenta del alcance del ejercicio de medición. (Martínez, 2013)

Exponiendo anteriormente sobre el paradigma positivista se basa en que los hechos empíricos son los que fundamentan el conocimiento que se obtiene del positivismo, en donde el estudio debe ser controlado, puesto que no debe influir en la relación de la investigación, la cual los métodos más importantes son los estadísticos y descriptivos.

6.4. Enfoque de la Investigación

6.4.1. Cuantitativo

Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Hernández Sampiere, 2015)

En relación a lo anteriormente menciona que el enfoque cuantitativo es un método de investigación que utiliza herramientas de análisis matemático y estadístico para describir, explicar y predecir mediante datos numéricos para así recoger, analizar datos cuantitativos, es decir que se tendrá estrategias y técnicas para llevar a cabo su análisis en donde debe estar en una relación con causa y efecto.

6.5. Método de Investigación

6.5.1. Investigación descriptiva

Es un tipo de investigación que se encarga de describir la población o situación, alrededor del que se encuentra su estudio, en donde procura brindar información acerca del que, como, cuando, y donde, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema. (Tatiana, 2020)

Como menciona la autora anteriormente la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, con el fin de establecer su estructura o comportamiento, en donde los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuánto a la profundidad de los conocimientos.

6.5.2. Investigación analítica

Más compleja que la descriptiva, consiste en el cotejo o comparación de variables determinadas entre grupos de control y de estudio, registrando el modo en que los resultados se dan en la práctica para poder comprobar o refutar alguna hipótesis previamente establecida. (Equipo editorial, Etecé , 2021)

Por consiguiente, a lo citado la investigación analítica es uno de los más importantes en el ámbito de la investigación, pues permite describir y medir, en donde intenta establecer el por qué es así y como llego ser así, es decir que es de gran importancia debido a que ayuda a establecer la relevancia de una idea.

6.5.3. Investigación No experimental

Consiste en estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (Bonilla, 2015).

Cabe decir que la investigación no experimental es un tipo de investigación en la que el investigador no manipula lo anterior expuesto, es decir que se da sin la intervención directa del investigador, en donde no altera el objeto de la investigación, por lo que se observa cómo se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

6.5.4. Investigación Estadística

Es una ciencia que analiza una serie de datos como un valor resumido, calculado, es decir que es como base de una muestra de observaciones, aunque no por necesidad, se considera como una estimación de parámetro de determinada población (Arias Enrique, 2021).

Como menciona la autora, la investigación estadística es la encargada de recopilar, organizar, analizar e interpretar datos para facilitar la toma de decisiones adecuadas, indicando que es para estudiar una población o muestra en donde se puede ofrecer una solución a un problema o ver cómo ha variado una situación en específico.

6.6. Tipos de investigación

El tipo de investigación a aplicar es de tipo cuantitativo, con enfoque de campo, exploratorio, descriptiva, estadística, bibliográfica, el cual permitirá a través de la utilización de fuentes primarias y secundarias, evidenciar los requerimientos y las expectativas de los posibles clientes, sobre la implementación de un restaurante de este tipo, de manera que bajo este se soporte el proceso de desarrollo e implementación del proyecto. Luego tiene como finalidad llegar a ser reconocidos a nivel local, dependiendo del desarrollo del negocio y de la aplicación de las estrategias de ventas y mercadeo, de manera que se genere una mejora en las condiciones de crecimiento, a través de un proceso constante de promoción y difusión de marca, para así poder ser reconocidos en el mercado en donde será a través de un proceso constante de innovación y desarrollo. (Franklin Butriago, 2019)

Añadiendo a lo mencionado anteriormente y de acuerdo al método utilizado, se cataloga de tipo cuantitativo, con enfoque de campo, exploratorio, descriptiva, estadística y bibliográfica ya que especificarán las características y demás elementos importantes relacionados los valores de la investigación es decir que se desplazan los siguientes:

6.6.1. De Campo

Es la recopilación de datos nuevos de fuentes originales, lo que proporciona un control más alto sobre la naturaleza y la cantidad de datos recopilados, lo que a menudo resulta un mejor conocimiento para que los restaurantes pueden usar y tomar decisiones comerciales inteligentes. (Escarcega, 2020)

Como lo expuesto anteriormente la investigación de campo es aquella que consiste en la relación de datos directamente investigados, o de la realidad donde ocurren la investigación y que permite la obtención de información directa de un problema que se está realizando.

6.6.2. Exploratorio

Se define como una investigación utilizada para investigar un problema que no está claramente definido, en donde se realiza para tener una mejor comprensión del problema existente, pero no proporcionará resultados concluyentes, es decir que, para tal investigación, un investigador comienza con una idea general y utiliza esta investigación como un medio para identificar problemas, que pueden ser el foco de investigaciones futuras. (Trujillo, 2020)

Con lo anteriormente citado menciona que el tipo de investigación exploratoria es interesarse por un tema que no ha sido estudiado antes, o bien permite conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes, es decir cuando no sabemos a qué nos enfrentamos, por lo que es utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido.

6.6.3. Documental

Es una estrategia de comprensión y análisis de realidades teóricas o empíricas mediante la revisión, cotejo, comparación o comprensión de distintos tipos de fuentes documentales referentes a un tema específico, a través de un abordaje sistemático y organizado (Uriarte, 2020).

En otras palabras, el tipo de investigación documental es la que obtiene información de la recopilación, organización y análisis de fuentes documentales en donde recopila datos de diferentes medios como escritas, habladas o audiovisuales y cualquier otro tipo de documento, es decir que ayuda a portar nuevos conocimientos sobre el tema que se quiere investigar.

6.6.4. Bibliográfica

Consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar, es decir que se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información, en donde se le considera un paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, indagación, interpretación, reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio. (Equipo editorial, 2020)

Como se menciona anteriormente sobre el tipo de investigación bibliográfica se dice que es una etapa de investigación donde se explora que se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema del cual recopilamos conceptos con el propósito de obtener un conocimiento adaptable sobre lo investigado.

6.7.Herramienta

6.7.1. Encuesta

Es un instrumento de la investigación que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica, es decir que son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a prioridad las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (Thompson, 2014)

En otras palabras, menciona que la encuesta, es un método de recolección de datos a partir de un muestreo de personas, a menudo con el objetivo de generalizar los resultados para un segmento de población, en donde se construye una fuente de información para así poder determinar cómo se encuentran los negocios.

6.8. Metodología para cada objetivo

6.8.1. Metodología para el Objetivo 1

Objetivo 1: Realizar un estudio de factibilidad comercial y financiera para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

Para la realización del presente Trabajo de Integración Curricular se tomará en consideración investigación de campo apoyado de un enfoque cuantitativo, utilizando como método o técnica las encuestas y como herramienta o instrumento para la investigación el banco de preguntas o cuestionario.

Para determinar el nivel de aceptación del restaurante “Ashley Grill” se procedió a recopilar información base para la tabulación y análisis del grado de aceptación para conocer la viabilidad del emprendimiento, con este fin se encuestó a 382 personas que pertenecen a la muestra obtenida de 60.880 habitantes, correspondiente a la población económicamente activa de la ciudad de Tena.

Desarrollo de la muestra $\frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)*60.880}{60.880(0,05)^2+(1,96)^2(0,5)(0,5)} = 382$ encuestas (**Anexo 3**)

6.8.2. Metodología para el Objetivo 2

Objetivo 2: Determinar la viabilidad financiera y económica para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

En la elaboración del presente objetivo se tomará en consideración la investigación de campo y bibliográfica, apoyado de un enfoque cuantitativo desarrollando así un análisis de costeo, integrando los elementos del costo, los cuáles se definen como: materia prima, mano de obra, costos de fabricación e inventarios, la cual ayudará a determinar todos los estados financieros antes de la implementación de una unidad de negocio.

Se realizará el estudio financiero y económico donde se establecerá el capital de trabajo, activos fijos y demás componentes dentro de su estructura económica, posteriormente se desarrollará los estados financieros proyectados utilizando el método del Incremento Porcentual a 5 años tomando referencia el porcentaje de inflación que se encuentra dentro del Banco Central del Ecuador, la cual dará como resultado la utilidad o pérdida de los ejercicios económicos analizados.

6.8.3. Metodología para el Objetivo 3

Objetivo 3: Elaborar un informe financiero y económico para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

Para el desarrollo del presente objetivo se redactará un informe financiero y económico que determinará la factibilidad del emprendimiento a través del estado

del flujo del efectivo (Cash Flow) basado y normado bajo NIC 7, donde se determinarán los flujos del año inicial hasta los valores proyectados en base a los datos ya estructurados con una tasa de incremento para poder realizar los indicadores de medición de proyectos que son: valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), costo beneficio y período de recuperación de la inversión inicial (PRI); cuando el valor actual neto es positivo el proyecto es viable; cuando la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de empleabilidad dentro del estado del flujo del efectivo, es positiva y vale realizarla; cuando el tiempo de período de recuperación se realiza en menos de 24 meses es muy bueno el tiempo de recuperación y por último el costo beneficio debe resultar tener más beneficios que costos y gastos para su eficiente viabilidad.

A partir del análisis de los resultados y para el cumplimiento de este objetivo se propone un informe financiero y económico para la implementación de un restaurante en la ciudad de Tena que está estructurado de la siguiente manera:

- Título
- Justificación
- Misión
- Visión
- Objetivos
- Viabilidad Comercial
- Desarrollo de la viabilidad financiera y económica
- Conclusiones
- Recomendaciones

G. RESULTADOS

7.1.Resultados para cada Objetivo

7.1.1. Resultados para el Objetivo 1

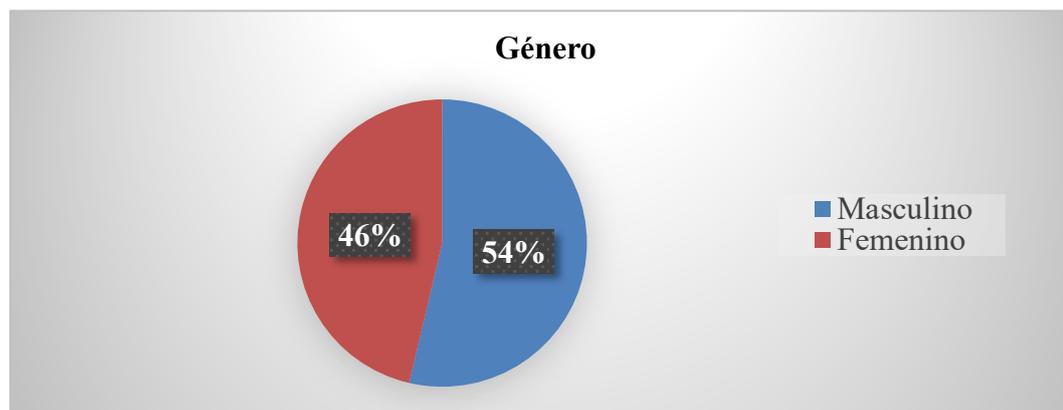
Objetivo 1: Realizar un estudio de factibilidad comercial y financiera para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

Pregunta 1.- Género

Tabla 1.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Masculino	205	54%
Femenino	177	46%
TOTAL	382	100%

Gráfico 1.



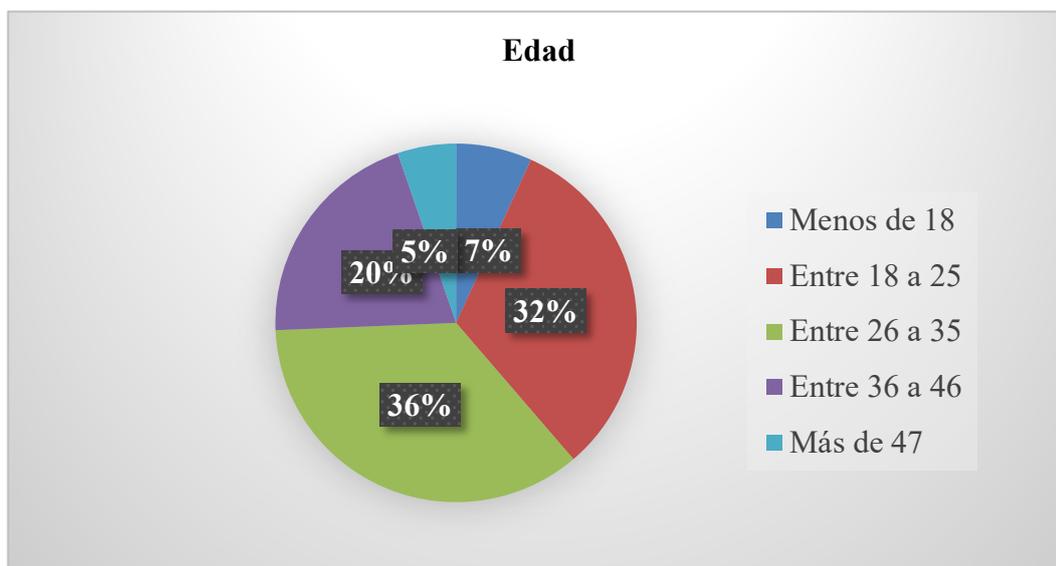
Interpretación: En el gráfico 1 se puede analizar dentro del estudio que, de un total de 382 encuestados, el 54% equivalente a 205 personas encuestadas son de género masculino y el 46% que pertenece a 177 individuos son de género femenino, por lo que se puede denotar que la población masculina fue el género con mayor porcentaje encuestado por la acogida al momento de llenar la encuesta y por el tema de investigación a implementar.

Pregunta 2.- Edad

Tabla 2.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Menos de 18	26	7%
Entre 18 a 25	122	32%
Entre 26 a 35	136	36%
Entre 36 a 46	78	20%
Más de 47	20	5%
TOTAL	382	100%

Gráfico 2.



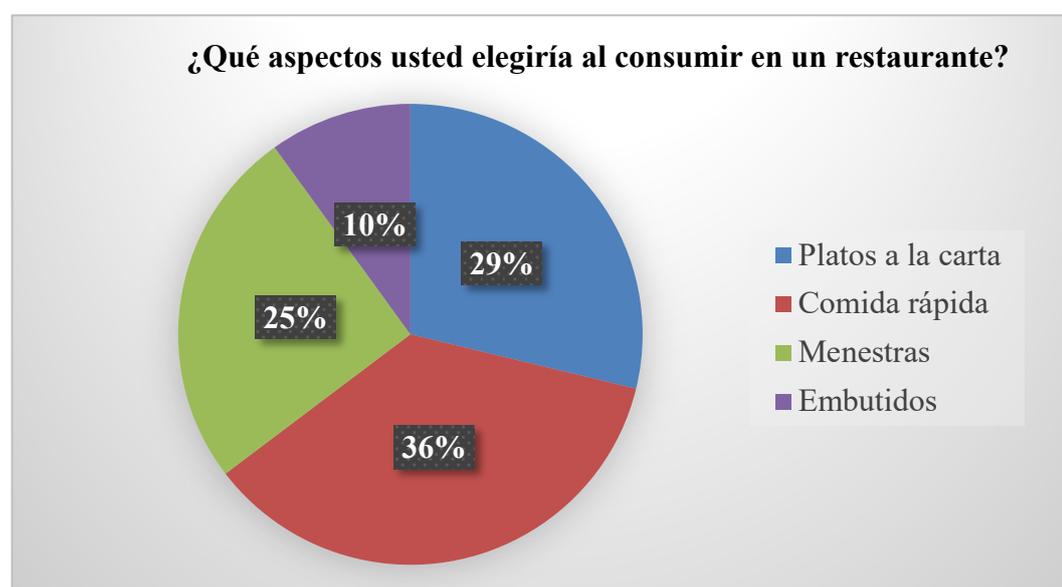
Interpretación: Los resultados representados en el gráfico 2 muestran que de 382 individuos encuestados el rango de edad entre 26 a 35 años representan el 36% equivalente a 136 personas, mientras que de 18 a 25 años corresponde al 32% que pertenece a 122 individuos, así mismo entre 36 a 46 años tiene un equivalente al 20% de un total de 78 personas, por otra parte el rango de edad que son menos de 18 años da un porcentaje de 7% señalando a 26 encuestados y por último el rango que tiene más de 47 años de edad corresponde al 5% de un total de 20 individuos. Siendo el mercado potencial de clientes entre las edades de 26 a 35 años.

Pregunta 3.- ¿Qué aspectos usted elegiría al consumir en un restaurante?

Tabla 3.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Platos a la carta	110	29%
Comida rápida	137	36%
Menestras	97	25%
Embutidos	38	10%
TOTAL	382	100%

Gráfico 3.



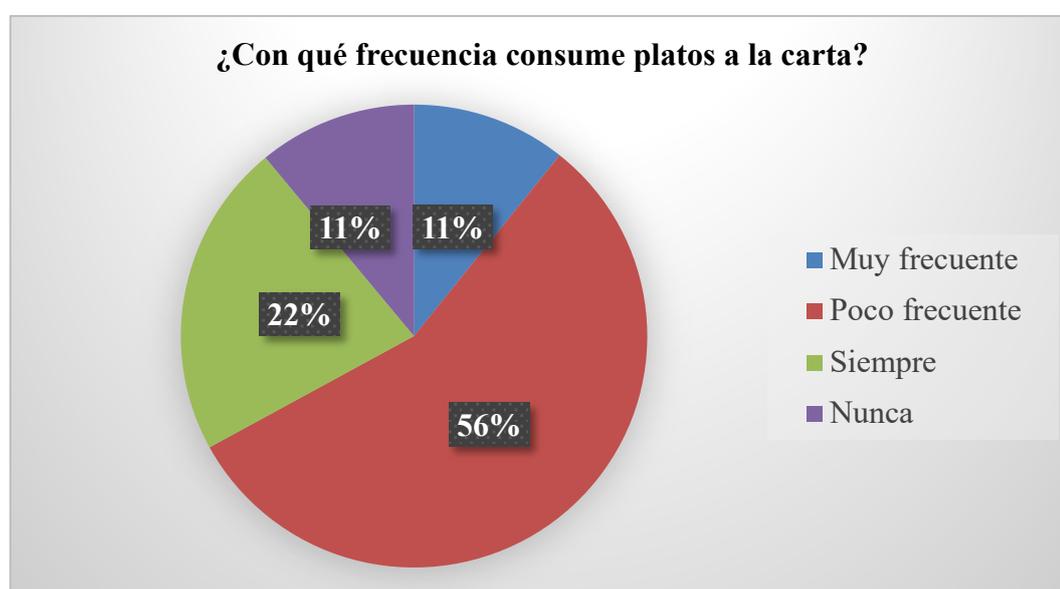
Interpretación: Como resultado a los aspectos que la gente elegiría al consumir en un restaurante se puede evidenciar en el gráfico 3, que de 382 personas encuestadas el 36% equivalente a 137 individuos elegirían comprar comida rápida, además el 29% que pertenecen a un total de 110 encuestados prefieren platos a la carta, sin embargo el 25% corresponde a 97 personas expresaron su opción por las menestras y para concluir el 10% que representa a 38 individuos respondieron que consumirían embutidos en un restaurante.

Pregunta 4.- ¿Con qué frecuencia consume platos a la carta?

Tabla 4.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Muy frecuente	41	11%
Poco frecuente	215	56%
Siempre	84	22%
Nunca	42	11%
TOTAL	382	100%

Gráfico 4.



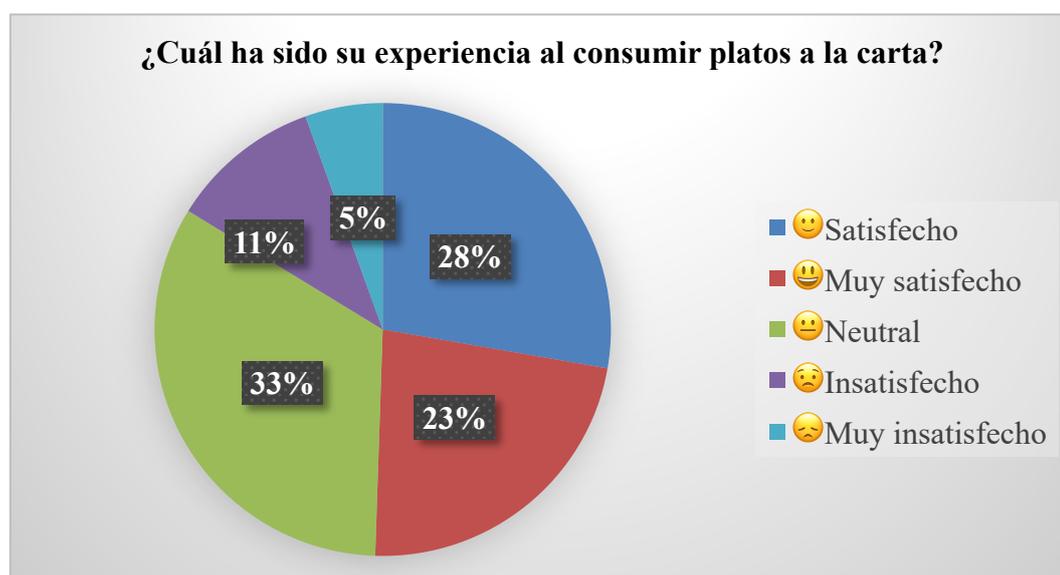
Interpretación: Del total de 382 personas encuestadas se puede ver que en el gráfico 4 respondiendo a la pregunta ¿Con qué frecuencia consume platos a la carta?, se obtuvo las siguientes respuestas, donde el 56% que equivale a 215 personas encuestadas respondieron que consumen poco frecuente, además el 22% que pertenece a 84 individuos mencionaron la opción siempre, por otra parte el 11% que representa a 41 respuestas aludieron la alternativa muy frecuente y por último el 11% que corresponde a 42 individuos expresaron su respuesta que nunca han consumido platos a la carta en un restaurante.

Pregunta 5.- ¿Cuál ha sido su experiencia al consumir platos a la carta?

Tabla 5.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
😊 Satisfecho	106	28%
😄 Muy satisfecho	87	23%
😐 Neutral	127	33%
😞 Insatisfecho	41	11%
😡 Muy insatisfecho	21	5%
TOTAL	382	100%

Gráfico 5.



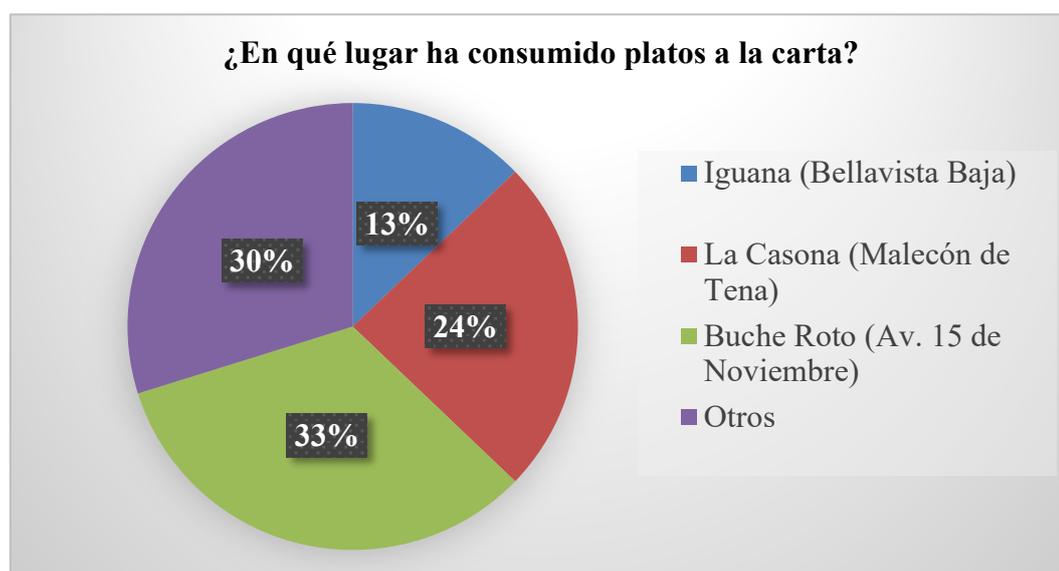
Interpretación: El resultado de la encuesta muestra que, de 382 personas como indica el gráfico 5 sobre cuál ha sido la experiencia al consumir platos a la carta, refleja los siguientes datos, donde el 33% equivalente a 127 personas aludieron a que su experiencia ha sido neutral, mientras que el 28% de un total de 106 individuos respondieron a satisfecho, por otra parte el 23% que representan 87 encuestados expresan que están muy satisfechos, además el 11% que corresponde a 41 personas contestaron que se encuentran insatisfechos y finalmente el 5% que pertenece a 21 personas mencionaron que su experiencia al consumir platos a la carta ha sido muy insatisfecha.

Pregunta 6.- ¿En qué lugar ha consumido platos a la carta?

Tabla 6.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Iguana (Bellavista Baja)	49	13%
La Casona (Malecón de Tena)	93	24%
Buche Roto (Av. 15 de Noviembre)	126	33%
Otros	114	30%
TOTAL	382	100%

Gráfico 6.



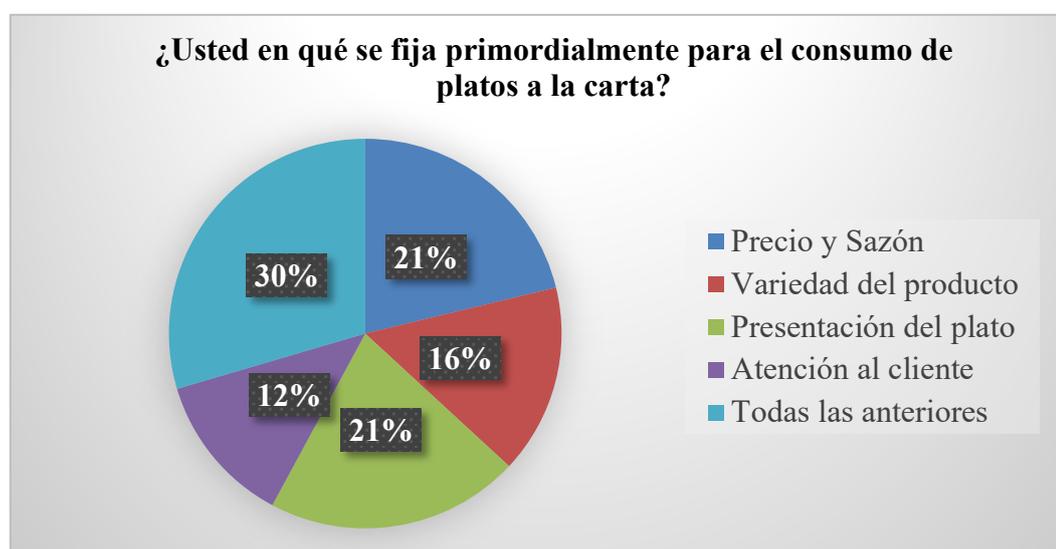
Interpretación: Se puede interpretar con referencia en el gráfico 6 de un total de 382 individuos el 33% que representa a 126 personas responden que han consumido en el restaurante Buche Roto (Av. 15 de noviembre), así mismo el 30% pertenece a 114 encuestados, el cual expresaron que han deleitado en otro restaurante sin embargo, el 24% que corresponde a 93 individuos han degustado en la Casona (Malecón de Tena) y para concluir el 13% da un total de 49 encuestas realizadas aludieron que frecuentan el restaurante la Iguana (Bellavista Baja).

Pregunta 7.- ¿Usted en qué se fija primordialmente para el consumo de platos a la carta?

Tabla 7.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Precio y Sazón	81	21%
Variedad del producto	60	16%
Presentación del plato	80	21%
Atención al cliente	48	12%
Todas las anteriores	113	30%
TOTAL	382	100%

Gráfico 7.



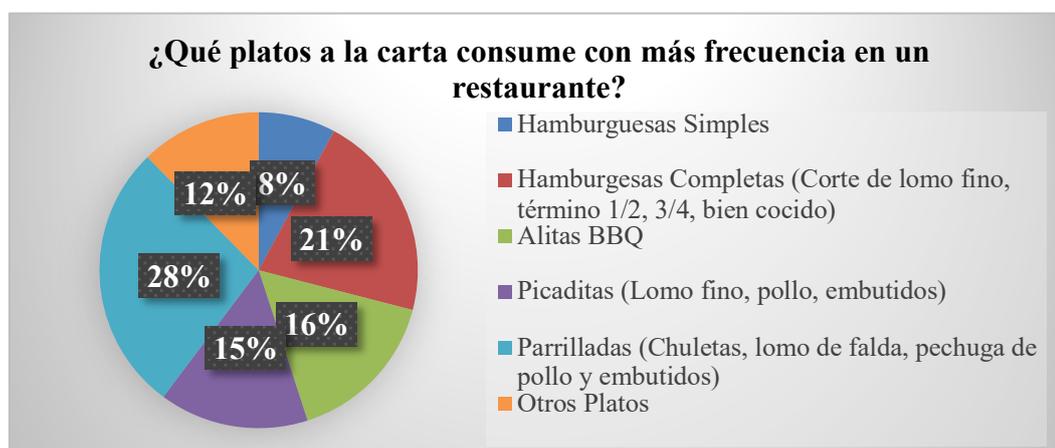
Interpretación: De acuerdo al gráfico 7 se puede evidenciar de un total de 382 personas que respondieron la encuesta, el 30% que equivale a 113 de los encuestados mantienen preferencias sobre precio y sazón, variedad de producto, presentación del plato y atención al cliente, sin embargo, el 21% que pertenece a 81 individuos al momento de elegir sus preferencias se fijan en el precio y sazón, así mismo el 21% que corresponde a 80 encuestas realizadas prefieren consumir por la presentación del plato, por otro lado el 16% que representa 60 personas se inclinan de preferencia por la variedad del producto y para finalizar el 12% equivalente a 48 encuestados aludieron que primordialmente elegirían consumir platos a la carta cuando les ofrezcan una buena atención al cliente.

Pregunta 8.- ¿Qué platos a la carta consume con más frecuencia en un restaurante?

Tabla 8.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Hamburguesas Simples	30	8%
Hamburguesas Completas (Corte de lomo fino, término 1/2, 3/4, bien cocido)	81	21%
Alitas BBQ	61	16%
Picaditas (Lomo fino, pollo, embutidos)	58	15%
Parrilladas (Chuletas, lomo de falda, pechuga de pollo y embutidos)	105	28%
Otros Platos	47	12%
TOTAL	382	100%

Gráfico 8.



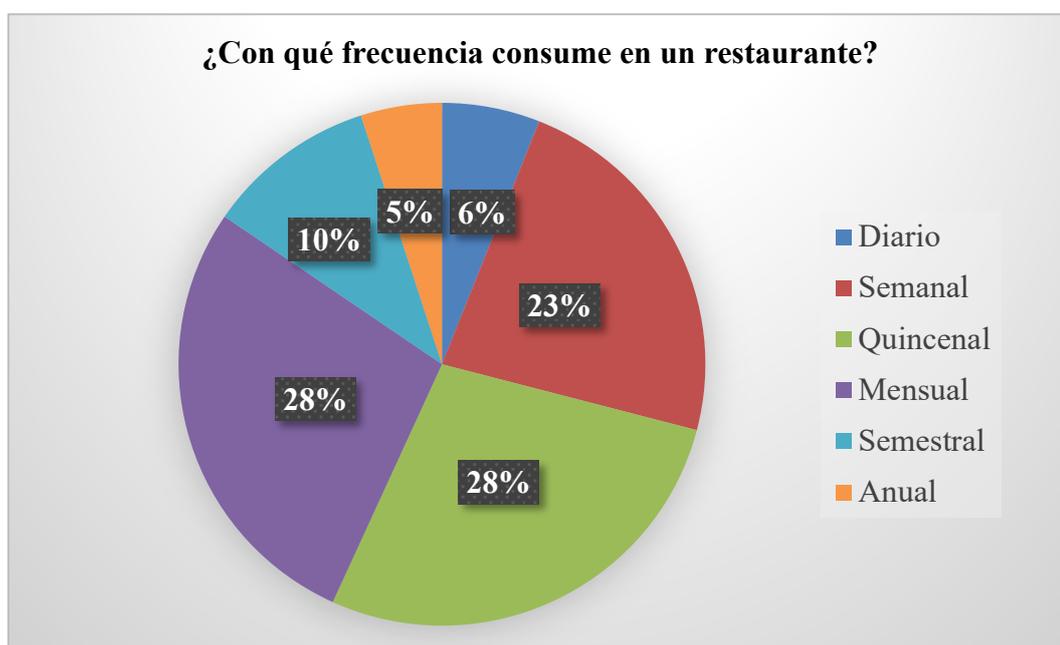
Interpretación: Se observa en el gráfico 8 los resultados de la pregunta ¿Qué platos a la carta consume con más frecuencia en un restaurante?, donde 105 personas que corresponden al 28% consumen Parrilladas (Chuletas, lomo de falda, pechuga de pollo y embutidos), mientras que 81 personas que pertenecen al 21% consumen Hamburguesas Completas (Corte de lomo fino, término 1/2, 3/4, bien cocido), así mismo 61 personas que representa al 16% consumen Alitas BBQ, sin embargo 58 personas que equivale al 15% consumen Picaditas (Lomo fino, pollo, embutidos), por otra parte 47 personas que da un total de 12% consumen Otros Platos y finalmente 30 personas que engloba al 8% consumen Hamburguesas Simples en un restaurante del total de 382 encuestas aplicadas.

Pregunta 9.- ¿Con qué frecuencia consume en un restaurante?

Tabla 9.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Diario	23	6%
Semanal	88	23%
Quincenal	106	28%
Mensual	106	28%
Semestral	40	10%
Anual	19	5%
TOTAL	382	100%

Gráfico 9.



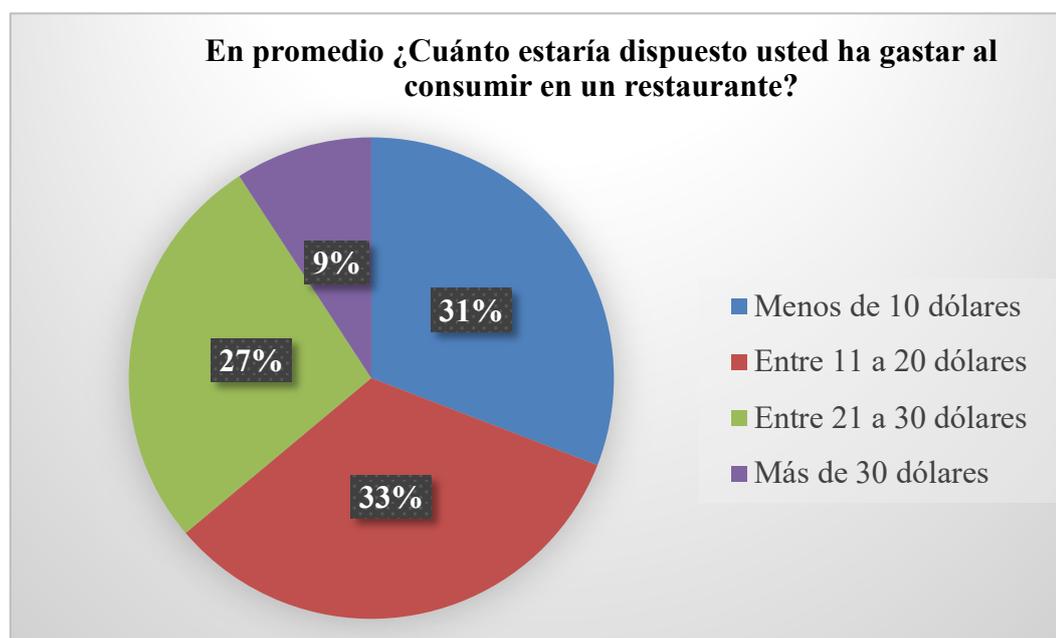
Interpretación: Al preguntar sobre la frecuencia de consumir en un restaurante, en el gráfico 9 se observa que, de un total de 382 personas encuestadas, el 28% equivalente a 106 personas consumen mensualmente, mientras que el 28% que corresponde a 106 individuos su frecuencia de consumir es quincenal, por otro lado el 23% que pertenece a 88 respuestas aludieron a consumir de manera semanal, así mismo el 10% que representa 40 personas mencionaron frecuentar un restaurante semestral, además el 6% que engloba a 23 individuos respondieron que consumen a diario y para concluir el 5% de un total de 19 encuestados expresaron consumir de manera anual en un restaurante.

Pregunta 10.- En promedio ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar al consumir en un restaurante?

Tabla 10.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Menos de 10 dólares	118	31%
Entre 11 a 20 dólares	126	33%
Entre 21 a 30 dólares	103	27%
Más de 30 dólares	35	9%
TOTAL	382	100%

Gráfico 10.



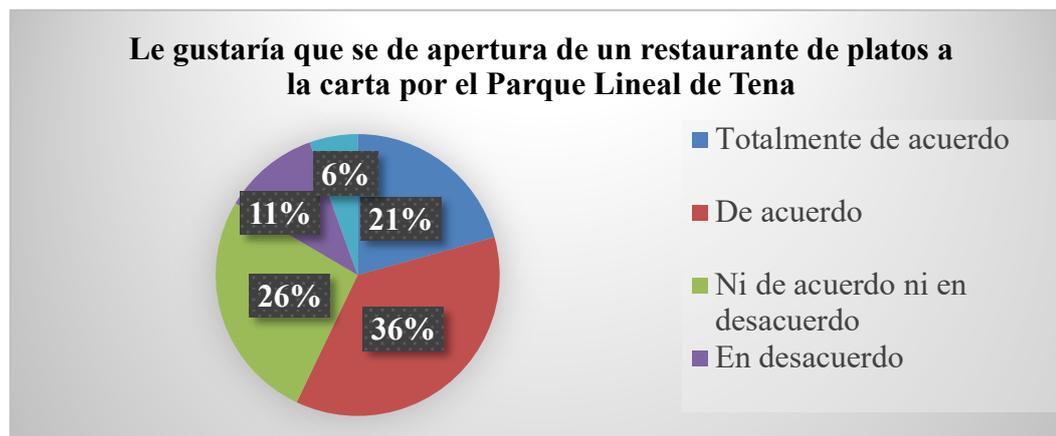
Interpretación: De acuerdo al gráfico 10 del total de la población que es de 382 personas respondiendo a la pregunta planteada que dice ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar al consumir en un restaurante?, se obtuvo los siguientes resultados, donde el 33% equivalente a 126 personas están dispuestos a gastar entre 11 a 20 dólares, además el 31% correspondiente a 118 personas contestaron gastar menos de 10 dólares, por otra parte el 27% perteneciente a 103 personas respondieron gastar entre 21 a 30 dólares y por último el 9% de un total de 35 personas mencionaron que gastarían más de 30 dólares al consumir en un restaurante.

Pregunta 11.- Le gustaría que se dé apertura de un restaurante de platos a la carta por el Parque Lineal de Tena.

Tabla 11.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	79	21%
De acuerdo	139	36%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	101	26%
En desacuerdo	42	11%
Totalmente en desacuerdo	21	6%
TOTAL	382	100%

Gráfico 11.

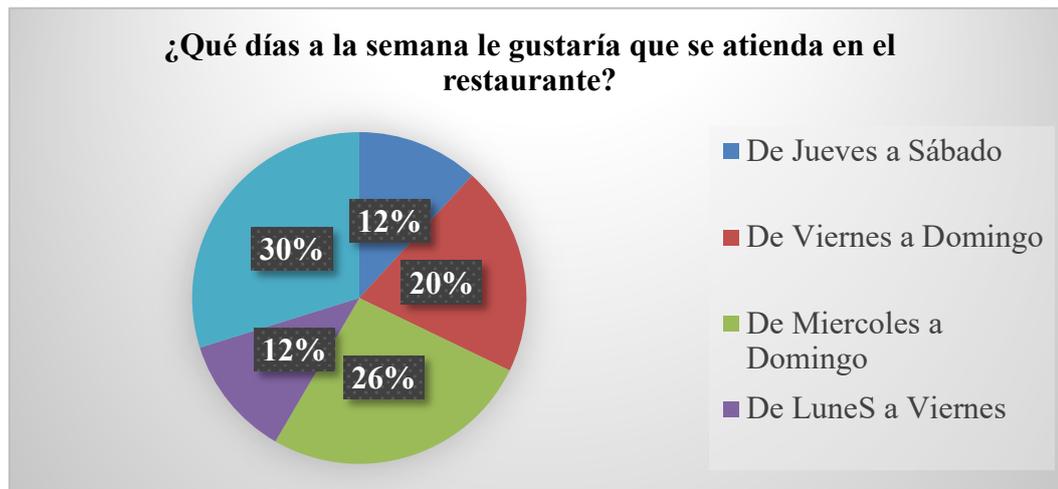


Interpretación: De acuerdo al gráfico 11 y en base a la investigación realizada a los habitantes del cantón Tena Provincia de Napo, en cuanto a la apertura de un restaurante de platos a la carta por el Parque Lineal de Tena, se puede determinar que el 36% equivalente a 139 personas estarían de acuerdo con la apertura, además el 26% que representa 101 individuos contestaron que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo en la implementación de un negocio en este tipo de lugar, por otra parte el 21% que corresponde a 79 de los encuestados se mantienen totalmente de acuerdo en asunto, del mismo modo el 11% que engloba a 42 respuestas están en desacuerdo, sin embargo, el 6% pertenece a 21 de los encuestados estarían totalmente en desacuerdo, en este sentido en base a los resultados obtenidos se puede afirmar que la apertura de un restaurante de platos a la carta por el Parque Lineal de Tena es acogida por la mayoría de los encuestados.

Pregunta 12.- ¿Qué días a la semana le gustaría que se atienda en el restaurante?

Tabla 12.

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
De Jueves a Sábado	45	12%
De Viernes a Domingo	78	20%
De Miércoles a Domingo	100	26%
De Lunes a Viernes	45	12%
Todos los días	114	30%
TOTAL	382	100%



Interpretación: De un total de 382 personas encuestadas que equivale al 100% en la Ciudad del Tena, se puede observar en el gráfico 12 los días de la semana que les gustaría que se atiende en el restaurante, analizando los siguientes resultados obtenidos de la encuesta, siendo el mayor porcentaje un 30% que pertenece a 114 personas que prefieren ser atendidos en un restaurante todos los días de la semana, por otra parte la alternativa de Miércoles a Domingo equivale al 26% correspondiente a 100 personas, así mismo escogen ser atendidos de Viernes a Domingo un porcentaje del 20% que engloba a 78 individuos, además mencionaron los días Jueves a Sábado un 12% dando un total de 45 respuestas y para concluir les gustaría que se atiende en el restaurante de Lunes a Viernes un pequeño equivalente del 12% que resultan ser 45 personas de las presentes encuestadas.

Análisis final para el Objetivo 1: Resultado de la factibilidad comercial y financiera para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

Realizar un estudio de factibilidad comercial y financiera para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo

Se puede analizar que la factibilidad comercial del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena Provincia de Napo se estructura las alternativas más relevantes dentro de la investigación de mercado, en la cual se demuestra las siguientes preguntas: ¿Con qué frecuencia consume en un restaurante?; En promedio ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar al consumir en un restaurante?; Le gustaría que se dé apertura de un restaurante de platos a la carta por el Parque Lineal de Tena; ¿Qué días a la semana le gustaría que se atienda en el restaurante?; ¿Qué aspectos usted elegiría al consumir en un restaurante?;¿Con qué frecuencia consume platos a la carta? y ¿Usted en qué se fija primordialmente para el consumo de platos a la carta?. Finalmente, bajo este contexto se puede determinar que para la implementación del restaurante “Ashley Grill” la frecuencia de las personas al consumir en un restaurante el mayor porcentaje equivale a un 28% expresando que consumen la mayoría de los habitantes de manera quincenal y mensual, esto significa que tiene una mayor acogida la comida en lugares externos que son los restaurantes menorando las posibilidades de consumir de manera habitual como es el hogar, por otra parte se puede mencionar que las posibilidades de gastar en un restaurante fuera de casa para la mayoría de las personas es un valor expresado entre los 11 a 20 dólares representando un porcentaje del 33%, esto nos ayuda a conocer el valor que las personas estarían dispuestas a cancelar por el servicio que se ofrecería en el restaurante, mostrándose en un rango de costo representativo al 70% de utilidad de la inversión, también se evidencio que un 36% de la población mostraron que están de acuerdo con la implementación del restaurante “Ashley Grill” en el parque Lineal de Tena, conociendo que es una zona muy frecuentada por turistas y habitantes de la ciudad y a la vez no existe competencia directa en dicho lugar, es por ello que la investigación muestra resultados positivos y garantizados para poner en marcha la idea de negocio.

La atención que se brinde es primordial para los consumidores, es por ello que a través de la encuesta realizada se obtuvo que un 30% de la población le gustaría que se preste atención en el restaurante todos los días de la semana, precedido de este antecedente se puede llegar a la conclusión que la atención brindada debe ser de lunes a domingo para tener una mejor captación de clientes, así mismo se debe conocer los gustos y preferencias al momento de elegir consumir en un restaurante, por ello se analizó que un 36% de los encuestados tiene mayor preferencia por la

comida rápida, siendo un aspecto favorable ya que se va a implantar en una localización turística y transitada por jóvenes, adolescentes y niños. Después de haber analizado que los platos a la carta no son muy frecuentes consumidos al tener un porcentaje alto de 56% da a conocer que se debería realizar o preparar platos que se vendan de una manera más frecuente para incrementar así las ventas en el restaurante, para finalizar y no menos importante los aspectos primordiales que las personas eligen al consumir en un restaurante engloban un 30% de las respuestas obtenidas, siendo los aspectos más relevantes como son: precio - sazón, variedad del producto, presentación del plato y atención al cliente, es necesario conocer dichos aspectos al momento de la implementación ya que se debe fidelizar a los clientes para obtener elevadas utilidades que representen un margen de ganancia significativo para el emprendedor al momento de iniciar y poner en marcha un negocio por primera ocasión en la Ciudad.

7.2. Resultados del Objetivo 2

Objetivo 2: Determinar la viabilidad financiera y económica para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

7.2.1. Inversiones

El nuevo establecimiento que ofrecen platos a la carta localizado en la ciudad de Tena pone en marcha el nuevo negocio en el sector centro de la ciudad, el mismo que está comprendido por lo siguiente:

- a. **Espacio físico:** Para la instalación del negocio se ocupará un establecimiento de 100 metros cuadrados. A continuación, se observa la distribución de las áreas.

Nº-	Espacios	Nº-	m ²
1	Atención al público y consumo	1	50
2	Sanitarios	1	10

3	Área de cocina	1	20
4	Administración	1	10
5	Caja	1	10
Total Superficie			100

Tabla 13.

Distribución del espacio físico

b. Descripción de Espacios

- **Atención al público y consumo:** Para este sector se empleará 50 m² en donde se brindará una atención mixta es decir personalizada para ciertos pedidos por parte de los clientes en lo referente al servicio de los distintos platos a la carta que en el nuevo restaurante que ofrecerá en la ciudad del Tena.
- **Sanitarios:** Estará en un área de 10 m² en donde habrá un baño el cual servirá tanto como para el personal como para los clientes, en esta área también se realizará el mantenimiento de varios artículos de cocina.
- **Área de cocina:** Para el área de cocina se asignó un perímetro de 20 m², donde se realizará la elaboración de los alimentos que ofrecerá el local.
- **Área administrativa:** Con un perímetro de 10 m² se toma en cuenta para la gestión administrativa del local y de esta forma llevar una buena presentación del mismo.
- **Caja:** La caja de cobra tendrá un área de 10m² donde los clientes cancelarán sus facturas, para la posterior entrega de los productos.

7.2.1.1. Inversión física

Una de las partes importantes del proyecto es la inversión física donde se refleja las adecuaciones y activos fijos que son indispensables para la puesta en marcha del negocio.

- a. **Activos Fijos Tangibles:** Son los activos necesarios para el normal funcionamiento del negocio y están conformados en este proyecto por

las adecuaciones, necesarias para que funcione de acuerdo a las necesidades.

Tabla 14.

Activos fijos

Nº-	Concepto	Valor Total
1	Adecuaciones	\$126,00
2	Equipo de computación	\$1.575,00
3	Maquinaria y Equipo	\$4.284,00
4	Muebles y enseres	\$4.473,00
Total Activos Fijos		\$10.458,00

En la tabla 14 se detallan los activos fijos que poseerá el restaurante “Ashley Grill”, donde cuenta de adecuaciones, equipo de computación, maquinaria y equipo y muebles y enseres dando un valor total de \$10.458,00 dólares americanos.

A continuación, se presenta los cuadros de inversión fija.

Tabla 15.

Adecuaciones

Área Física	Tipo de Adecuaciones	Artículos Empleados	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Área de consumo de comida	Iluminación	Lámparas con balastro fluorescentes d 1.15 m de largo	7	\$10	\$70,00
Área de Limpieza	Iluminación	Lámparas con balastro fluorescentes de 1.15 m de largo	2	\$10	\$20,00
Área de cocina	Iluminación	Lámparas con balastro fluorescentes de 1.15 m de largo	3	\$10	\$30,00
Subtotal					\$120,00
Imprevistos 5%					\$6,00
Total					\$126,00

En la tabla 15 se presentan las adecuaciones en donde se procederá a la colocación de iluminación para la atención de platos a la carta en el establecimiento, aquí se detallan los costos, cantidades y áreas para la adecuación del local, dando un subtotal de \$120,00 añadiendo un imprevisto del 5% y como valor total de \$126,00 dólares americanos.

Tabla 16.

Equipo de computación

Área Física	Tipo de Artículo	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario	Costo Total
Área de venta	Equipo de cómputo	1	\$1200	\$1.200,00
	Impresora	1	\$300	\$300,00
Subtotal				\$1.500,00
Imprevistos 5%				\$75,00
Total				\$1.575,00

En la tabla 16 se presenta el equipo de computación que necesitará el restaurante, que será de una computadora equivalente a \$1.200,00 y una impresora de \$300,00 dando como valor total de la adquisición de \$1.575,00 dólares americanos.

Tabla 17.

Maquinaria y equipo

Área Física	Tipo de Artículo	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario	Costo Total
Área de Cocina	Asador industrial	2	\$500,00	\$1.000,00
	Cocina Industrial	2	\$300,00	\$600,00
	Freidora	1	\$180,00	\$180,00
	Licuada industrial	2	\$150,00	\$300,00
	Refrigeradora	1	\$1.000,00	\$1.000,00
	Congelador	2	\$500,00	\$1.000,00
	Subtotal			
Imprevistos 5%				\$204,00
Total				\$4.284,00

Como muestra la tabla 17 la lista de todas las máquinas en el área de cocina que se necesita para la elaboración de los platos a la carta en el restaurante, enlistando dos asadores industriales, dos cocinas industriales, una freidora, dos licuadoras industriales, una refrigeradora y dos congeladores, sumando un valor total de \$4.284,00 dólares americanos.

Tabla 18.

Muebles y enseres

Área Física	Tipo de Artículo	Cantidad (Unidades)	Costo Unitario	Costo Total
Atención al público y consumo	Mesa Trabajo (acero inoxidable)	1	\$300,00	\$300,00
	Mesas	6	\$250,00	\$1.500,00
	Escritorio	1	\$200,00	\$200,00

Sillas ejecutivas	2	\$80,00	\$160,00
Sillas	25	\$50,00	\$1.250,00
Caja registradora	1	\$700,00	\$700,00
Teléfono con base	1	\$150,00	\$150,00
Subtotal			\$4.260,00
Imprevistos 5%			\$213,00
Total			\$4.473,00

Como se observa en la tabla 18 los muebles y enseres que se necesitará en el negocio, una mesa de trabajo de acero inoxidable por el valor de \$300,00; seis mesas en \$1.500,00; un escritorio de \$200,00; dos sillas ejecutivas en \$160,00; veinticinco sillas con un costo total de \$1.250,00; una caja registradora a \$700,00 y finalmente un teléfono con base a \$150,00; sumando un valor total de muebles y enseres de \$4.473,00 dólares americanos.

b. Depreciaciones

A continuación, se menciona las tablas de las depreciaciones calculadas por el método de depreciación de lineal recta proyectada, cuyos activos fijos se encuentran calculados de acuerdo a la ley de Régimen Tributario del Ecuador y su reglamento.

Tabla 19.

Depreciación de equipo de cómputo

Descripción	Depreciación de equipo de computo			
	Valor de costo	Valor Residual 33%	Depreciación acumulada	Depreciación mensual
Computadora	\$1.200,00	\$396,00	\$268,00	\$22,33
Impresora	\$300,00	\$99,00	\$67,00	\$5,58
Total	\$1.500,00	\$495,00	\$335,00	\$27,92

En la tabla 19 se muestra la depreciación de los activos fijos relacionados con el equipo de cómputo, la cual se puede observar que su valor de depreciación mensual en una computadora asido de \$22,33 llegando ascender la depreciación acumulada a \$268,00 siendo su costo de \$1.200,00. Además, el restaurante poseerá una impresora su costo está valorado en \$300,00 y su depreciación mensual llegará a un punto de \$5,58 ascendiendo a \$67,00 la depreciación acumulada, sumando así un total de depreciaciones mensuales de \$27,92 y de manera anual de \$335,00.

Tabla 20.

Depreciación de maquinaria y equipo

Descripción	Depreciación de maquinaria y equipo			
	Valor de costo	Valor Residual 10%	Depreciación acumulada	Depreciación mensual
Asador industrial	\$1.000,00	\$100,00	\$90,00	\$7,50
Cocina Industrial	\$600,00	\$60,00	\$54,00	\$4,50
Freidora	\$180,00	\$18,00	\$16,20	\$1,35
Licuadaora industrial	\$300,00	\$30,00	\$27,00	\$2,25
Refrigeradora	\$1.000,00	\$100,00	\$90,00	\$7,50
Congelador	\$1.000,00	\$100,00	\$90,00	\$7,50
Total	\$4.080,00	\$408,00	\$367,20	\$30,60

En la tabla 20 se presenta las depreciaciones de la maquinaria y equipo a utilizar donde se detalla a un asador industrial, cocina industrial, freidora, licuadaora industrial, refrigeradora y congelador que al aplicar la fórmula de depreciaciones bajo el método de línea recta (valor del costo – valor residual / años de vida útil) muestra el resultado de \$30,60 en depreciaciones mensuales y \$367,20 en depreciaciones acumuladas.

Tabla 21.

Depreciación de muebles y enseres

Descripción	Depreciación de muebles y enseres			
	Valor de costo	Valor Residual 10%	Depreciación acumulada	Depreciación mensual
Mesa Trabajo (acero inoxidable)	\$300,00	\$30,00	\$27,00	\$2,25
Mesas	\$1.500,00	\$150,00	\$135,00	\$11,25
Escritorio	\$200,00	\$20,00	\$18,00	\$1,50
Sillas ejecutivas	\$160,00	\$16,00	\$14,40	\$1,20
Sillas	\$1.250,00	\$125,00	\$112,50	\$9,38
Caja registradora	\$700,00	\$70,00	\$63,00	\$5,25
Teléfono con base	\$150,00	\$15,00	\$13,50	\$1,13
Total	\$4.260,00	\$426,00	\$383,40	\$31,95

En la tabla 21 donde muestra la depreciación de los muebles y enseres detallados a continuación: mesa de acero inoxidable, mesas, escritorios, sillas ejecutivas, sillas, caja registradora y teléfono base el valor total del costo asciende a \$4.260,00 que, al aplicar la fórmula de depreciaciones, llegará a un punto de \$31,95 en la depreciación mensual y de \$383,40 en la depreciación acumulada.

c. Activos diferidos Intangibles

Los activos diferidos del proyecto lo conforman los gastos de constitución relacionados con los trámites legales como patentes, permisos de funcionamiento, afiliación a la cámara de comercio, derechos, registros, actualizaciones de registro único del contribuyente, donde intervienen formularios, gastos de movilización, como se indica:

Tabla 22.

Activos diferidos Intangibles

Nº-	Concepto	Valor Total
1	Gastos de constitución	\$250,00
2	Registros y licencias	\$80,00
Total		\$330,00
Imprevistos 5%		\$16,50
Total Activos Diferidos		\$346,50

Como muestra la tabla 22 se detalla los gastos de constitución por un valor total de \$250,00 y los registros y licencias por un valor de \$80,00 sumando así un total de \$330,00 con un imprevisto del 5% y dando como resultado total de \$346,50 dólares americanos.

7.2.1.2. Inversión Total

Para el desarrollo del proyecto se deben realizar inversiones en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo los cuales son indispensables para tener un normal desenvolvimiento en el negocio de platos a la carta y así obtener a futuro un buen rendimiento de la inversión.

Tabla 23.

Inversión Total

Nº-	Concepto	Valor Total
1	Tangible	\$10.458,00
2	Intangible	\$346,50
3	Capital de trabajo	\$12.422,85
Inversión Total		\$23.227,35

Como muestra la tabla 23 se puede observar el resumen de la inversión total, teniendo un activo tangible de \$10.458,00; un activo intangible de \$346,50 y un capital de trabajo de \$12.422,85 sumando una inversión total de \$23.227,35 dólares americanos.

7.2.1.3.Gastos

- a. **Gastos administrativos:** Es importante mencionar los gastos administrativos del nuevo establecimiento son USD \$16.825,58 para el primer año, donde dicho valor para los demás años se toma en cuenta un incremento de 3,5% de la tasa de inflación anual según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 24.

Servicios básicos

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Energía eléctrica	Kw-h	1	\$30,00	\$30,00
Teléfono - Internet	Minuto	1	\$28,00	\$28,00
Agua	m3	1	\$10,00	\$10,00
Total servicio básicos				\$68,00

Como muestra la tabla 24 se detallan los servicios básicos mensuales, energía eléctrica con un valor total de \$30,00; teléfono e internet por un valor de \$28,00 y agua por un valor de \$10,00 sumando un total mensual de servicios básicos de \$68,00 dólares americanos.

Tabla 25.

Suministros de Materiales y Limpieza

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escobas	Individual	3	\$3,00	\$9,00
Desinfectante piso	Galón	10	\$3,00	\$30,00
Detergente	Funda	10	\$4,00	\$40,00
Basureros	Individual	3	\$5,00	\$15,00

Estropajos	Individual	3	\$1,00	\$3,00
Trapeador	Individual	3	\$3,00	\$9,00
Jabón líquido	Galón	10	\$2,50	\$25,00
Papel higiénico	Paquetes	100	\$2,00	\$200,00
Espejo	Individual	1	\$40,00	\$40,00
Fundas de basura	Rollo	24	\$1,50	\$36,00
Lavavajillas	Tarrina	4	\$3,50	\$14,00
Tijera	Individual	1	\$2,50	\$2,50
Cuaderno	Individual	1	\$3,00	\$3,00
Alcohol	Galón	2	\$5,00	\$10,00
Cloro en pepa	Libra	5	\$1,00	\$5,00
Guantes	Individual	3	\$2,50	\$7,50
Tollas de cocina	Rollo	24	\$5	\$120
Esponja de platos	Individual	12	\$0,8	\$9,6
Manteles	Individual	10	\$1	\$10
Total suministros de materiales y limpieza				\$588,60

Como se observa en la tabla 25 titulada suministros de materiales y limpieza, se detallan todos los implementos que se necesitarán para realizar el aseo del restaurante sumando así un valor total de suministros de limpieza de \$588,60 dólares americanos.

Tabla 26.

Suministros de oficina

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Esferos	Individual	2	\$0,60	\$1,20
Papel Bond	Paquete	2	\$4,50	\$9,00
Grapas	Caja	3	\$2,00	\$6,00
Grapadora	Individual	1	\$3,00	\$3,00
Tinta de impresora	Frascos	2	\$15,00	\$30,00
Regla	Individual	2	\$0,50	\$1,00
Total suministro de oficina				\$50,20

Como detalla la tabla 26 los suministros de oficina tendrán un valor total de \$50,20 dólares americanos considerando los siguientes suministros; esferos, papel bond, grapas, grapadora, tinta de impresora y reglas para el área de oficina del negocio.

Tabla 27.

Mano de Obra Indirecta

COSTO DE MANO DE OBRA TRABAJADOR 1	
RMU	\$500,00
A. PATRONAL 11,15%	\$55,75
BENEFICIOS DE LEY	

XIII	\$41,67
XIV	\$35,42
FONDOS RESERVA	\$41,67
VACACIONES	\$20,83
TOTAL MENSUAL	\$695,33
TOTAL ANUAL	\$8.343,98

Como se detalla en la tabla 27 la mano de obra indirecta a considerarse es la del trabajador 1 que sería el dueño del negocio, su remuneración será de \$500,00 debidamente calculado el aporte patronal del 11,15% que equivalente a \$55,75; procediendo a calcular todos los beneficios de ley a considerarse, XIII que representa \$41,67; XIV con un valor de \$35,42; los fondos de reserva de \$41,67 y vacaciones de \$20,83 sumando un total mensual de \$695,33 y un total anual de \$8.343,98 dólares americanos.

- b. Gastos de Venta:** Para iniciar con la apertura del nuevo local de platos a la carta en la ciudad de Tena se considera los siguientes gastos.

Tabla 28.

Gastos de ventas

Rubro	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gastos que representan desembolso				
Costos y Promociones	Valor monetario	1	\$300,00	\$300,00
Publicidad sobre ventas	Valor monetario	1	\$200,00	\$200,00
Total de Gastos de Ventas				\$500,00
Total de Gasto de Ventas Anual				\$6.000,00

Se menciona en la tabla 28 las promociones y publicidad cuyo valor es de USD \$ 500,00 valor que es tomado en cuenta para los demás años donde se tiene un incremento del 3,5% según la tasa de inflación anual del Banco Central del Ecuador que se va a realizar en dicho establecimiento.

7.2.1.4. Costos de producción

Constituyen uno de los elementos más importantes para el funcionamiento del establecimiento de platos a la carta en la ciudad de Tena como es la mano de obra, materia prima y los costos indirectos de fabricación conforme a un incremento del 3,5% valor que es determinado de la tasa de inflación anual según el BCE

- a. **Materia prima:** Contiene la cantidad de ingredientes o materia prima necesaria como detalla de manera proporcionada en la tabla 29 para cada plato a la carta que se desea producir en el restaurante Ashley Grill.

Tabla 29.

Materia prima plato 1

MATERIA PRIMA (PLATO 1 ALITAS BBQ)						
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO TOTAL	COMPRA TOTAL	UNIDAD	PRECIO UNITARIO
Pollo (alitas)	300	g	\$1,80	500	g	\$1,08
Aceite	100	g	\$3,00	1000	g	\$0,3
Papas	250	g	\$0,35	500	g	\$0,18
Lechuga crespas	60	g	\$0,70	250	g	\$0,17
Tomate	30	g	\$0,50	500	g	\$0,03
Cebolla	30	g	\$0,50	500	g	\$0,03
Salsa BBQ	45	g	\$0,99	200	g	\$0,22
Mantequilla	21	g	\$1,00	500	g	\$0,04
Sal	-	-	-	-	-	-
Pimienta	-	-	-	-	-	-
Comino	-	-	-	-	-	-
Salsa Inglesa	14	g	\$1,65	500	g	\$0,05
Mostaza	14	g	\$0,90	200	g	\$0,06
Vinagreta	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
COSTO DE MATERIA PRIMA						\$2,16
3 % MATERIA PRIMA INDIRECTA						\$0,06
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA						\$2,22
COSTO POR PORCIÓN EN MANO DE OBRA						\$2,48
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN						\$4,71
MARGEN UTILIDAD 70%						\$3,29
P.V.P						\$8,00

Como se observa en la tabla 29 para la realización del plato 1 (Alitas BBQ) se necesitará los ingredientes que se detallan en la anterior tabla, una vez calculado los costos unitarios de materia prima da un resultado de \$2,16; un 3% de materia prima indirecta de \$0,06 sumando los dos resultados da un valor de \$2,22; el costo por porción en mano de obra es de \$2,48 dando un costo total de producción de \$4,71 y posteriormente se calcula un margen de utilidad de ganancia del 70% que equivale a \$3,29 y así se llega a establecer el precio de venta al público de \$8,00 dólares americanos para el plato 1.

Tabla 30.

Costo unitario de materia prima plato 1

COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA (PLATO 1)			
DÍAS A PRODUCIR	CANTIDAD	C-U-MP	TOTAL VENTAS
LUNES	4	\$2,22	\$8,88
MARTES	4	\$2,22	\$8,88
MIÉRCOLES	4	\$2,22	\$8,88
JUEVES	4	\$2,22	\$8,88
VIERNES	4	\$2,22	\$8,88
SÁBADO	4	\$2,22	\$8,88
VENTAS SEMANALES			\$53,28
VENTAS MENSUALES			\$1.278,72
VENTAS ANUALES			\$15.344,64

Como se observa en la tabla 30 el costo unitario de materia prima del plato 1 (Alitas BBQ) es de \$2,22 y teniendo en cuenta que las ventas estimadas de este plato son la cantidad de 4 platos diarios, calculando así las ventas que se llega a obtener un valor total diario de \$8,88; semanal \$53,28; mensual \$1.278,72 y anual \$15.344,64 dólares americanos.

Tabla 31.

Costo por porción en mano de obra

COSTO POR PORCIÓN EN MANO DE OBRA	
UNIDADES REQUERIDAS	
(x) CANTIDAD HORAS REQUER.	4
(=) TOTAL HORAS NECESAR.	1
(x) VALOR HORA HOMBRE	4
(=) VALOR TOTAL MANO OBRA DIRECTA	\$2,48
COSTO DE MANO OBRA UNITARIO	\$ 9,94
COSTO POR PORCIÓN EN MANO OBRA	\$2,48

Como muestra la tabla 31 donde se presenta el costo por porción en mano de obra y el valor total de la mano de obra directa utilizada en la preparación de los cuatro platos a la carta (Alitas BBQ, Hamburguesas con lomo fino, Corte de lomo fino y Parrilladas completas) que es de 2 personas: el cocinero y el mesero, quien van a trabajar directamente en el proceso productivo teniendo en cuenta que las ventas estimadas son la cantidad de 4 platos, añadido el valor de la mano de obra del trabajador.

Tabla 32.

Costo de mano de obra directa

COSTO DE MANO DE OBRA										
TRABAJAD ORES	DENOMI NACIÓN	RMU	A.	A.	BENEFICIOS DE LEY				TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
			PATRONAL 11,15%	PERSONAL 9,45%	XIII	XIV	FONDOS RESERVA	VACACI ONES		
Trabajador 2	Cocinero/ mesero	\$425	\$47,39	\$40,16	\$35,42	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$596,34	\$7.156,13
Trabajador 3	Cocinero/ mesero	\$425	\$47,39	\$40,16	\$35,42	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$596,34	\$7.156,13
		\$850,00	\$94,78	\$80,32	\$70,84	\$70,84	\$70,84	\$35,42	\$1.192,48	\$14.312,26

En la tabla. 32 se detalla el costo de la mano de obra directa, donde se realizará el proceso con dos trabajadores alcanzando una remuneración de \$425,00 dólares americanos mensuales, se puede observar que para efecto de cálculo se determinó el costo del trabajador estableciendo así el aporte patronal y los beneficios de ley correspondiente a un mes de trabajo, dando como resultado un costo mensual de \$ 596,34 dólares americanos, y un costo de anual de \$ 7.156,13 dólares americanos por cada trabajador.

Tabla 33.*Materia prima plato 2*

MATERIA PRIMA (PLATO 2 HAMBURGUESAS CON LOMO FINO)						
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO TOTAL	COMPRA TOTAL	UNIDAD	PRECIO UNITARIO
Lomo Fino	220	g	\$14,00	\$2000	g	\$1,54
Aceite	100	g	\$3,00	\$1000	g	\$0,30
Papas	200	g	\$0,35	\$500	g	\$0,14
Lechuga crespa	30	g	\$0,70	\$250	g	\$0,08
Tomate	30	g	\$0,50	\$500	g	\$0,03
Sal Parrillera	20	g	\$2,00	\$500	g	\$0,08
Pan						
Hamburguesa	1	Unidad	\$3,50	\$12	Unidad	\$0,29
Tocino	15	g	\$3,16	\$200	g	\$0,24
Queso Cheddar	15	g	\$2,20	\$150	g	\$0,22
Champiñones	15	g	\$1,99	\$200	g	\$0,15
Crema de Leche	14	g	\$0,79	\$200	g	\$0,06
Sal	-	-	-	-	-	-
Mostaza	14	g	\$0,90	\$200	g	\$0,06
Salsa de						
Tomate	14	g	\$1,10	\$200	g	\$0,08
Mayonesa	-	-	-	-	-	-
Mantequilla	14	g	\$1,10	\$500	g	\$0,03
COSTO DE MATERIA PRIMA						\$3,30
3 % MATERIA PRIMA INDIRECTA						\$0,10
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA						\$3,40
COSTO POR PORCIÓN EN MANO DE OBRA						\$2,48
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN						\$5,88
MARGEN UTILIDAD 70%						\$4,12
						\$10,00

Como se observa en la tabla 33 para la realización del plato 2 (Hamburguesas con Lomo Fino) se necesitará los ingredientes que se detallan en la anterior tabla, una vez calculado los costos unitarios de materia prima da un resultado de \$3,30; un 3% de materia prima indirecta de \$0,10 sumando los dos resultados da un valor de \$3,40; el costo por porción en mano de obra es de \$2,48 dando un costo total de producción de \$5,88 y posteriormente se calcula un margen de utilidad de ganancia del 70% que equivale a \$4,12 y así se llega a establecer el precio de venta al público de \$10,00 dólares americanos para el plato 2.

Tabla 34.*Costo unitario de materia prima plato 2*

COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA (PLATO 2)			
DÍAS A PRODUCIR	CANTIDAD	P.V.P	TOTAL VENTAS
LUNES	4	\$3,40	\$13,60
MARTES	4	\$3,40	\$13,60
MIÉRCOLES	4	\$3,40	\$13,60
JUEVES	4	\$3,40	\$13,60
VIERNES	4	\$3,40	\$13,60
SÁBADO	4	\$3,40	\$13,60
VENTAS SEMANALES			\$81,60
VENTAS MENSUALES			\$1.958,40
VENTAS ANUALES			\$23.500,80

Como indica en la tabla 34 el costo unitario de materia prima del plato 2 (Hamburguesas con Lomo Fino) es de \$3,40 y teniendo en cuenta que las ventas estimadas de este plato son la cantidad de 4 platos diarios, calculando así las ventas que se llega a obtener un valor total diario de \$13,60; semanal \$81,60; mensual \$1.958,40 y anual \$23.500,80 dólares americanos.

Tabla 35.*Materia prima plato 3*

MATERIA PRIMA (PLATO 3 CORTE DE LOMO FINO)						
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO TOTAL	COMPRA TOTAL	UNIDAD	PRECIO UNITARIO
Lomo Fino	400	g	\$12,00	\$2000	g	\$2,40
Aceite	100	g	\$3,00	\$1000	g	\$0,3
Papas	230	g	\$0,35	\$500	g	\$0,16
Lechuga						
Crespa	40	g	\$0,70	\$250	g	\$0,11
Tomate	30	g	\$0,50	\$500	g	\$0,03
Pimiento rojo	15	g	\$1,00	\$500	g	\$0,03
Pimiento amarillo	15	g	\$1,00	\$500	g	\$0,03
Cebolla	30	g	\$0,50	\$500	g	\$0,03
Sal parrillera	20	g	\$2,00	\$500	g	\$0,08
Sal	-	-	-	-	-	-
Vinagreta	-	-	-	-	-	-
Mayonesa	-	-	-	-	-	-
Salsa de tomate	30	g	\$2,30	\$550	g	\$0,13
COSTO DE MATERIA PRIMA						\$3,30
3 % MATERIA PRIMA INDIRECTA						\$0,10
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA						\$3,40
COSTO POR PORCIÓN EN MANO DE OBRA						\$2,48
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN						\$5,88
MARGEN UTILIDAD 70%						\$4,12
P.V.P						\$10,00

Como se observa en la tabla 35 para la realización del plato 3 (Corte de Lomo Fino) se necesitará los ingredientes que se detallan en la anterior tabla, una vez calculado los costos unitarios de materia prima da un resultado de \$3,30; un 3% de materia prima indirecta de \$0,10 sumando los dos resultados da un valor de \$3,40; el costo por porción en mano de obra es de \$2,48 dando un costo total de producción de \$5,88 y posteriormente se calcula un margen de utilidad de ganancia del 70% que equivale a \$4,12 y así se llega a establecer el precio de venta al público de \$10,00 dólares americanos para el plato 3.

Tabla 36.

Costo unitario de materia prima plato 3

COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA (PLATO 3)			
DÍAS A PRODUCIR	CANTIDAD	P.V.P	TOTAL VENTAS
LUNES	4	\$3,40	\$13,60
MARTES	4	\$3,40	\$13,60
MIÉRCOLES	4	\$3,40	\$13,60
JUEVES	4	\$3,40	\$13,60
VIERNES	4	\$3,40	\$13,60
SÁBADO	4	\$3,40	\$13,60
VENTAS SEMANALES			\$81,60
VENTAS MENSUALES			\$1.958,40
VENTAS ANUALES			\$23.500,80

Como indica en la tabla 36 el costo unitario de materia prima del plato 3 (Corte de Lomo Fino) es de \$3,40 y teniendo en cuenta que las ventas estimadas de este plato son la cantidad de 4 platos diarios, calculando así las ventas que se llega a obtener un valor total diario de \$13,60; semanal \$81,60; mensual \$1.958,40 y anual \$23.500,80 dólares americanos.

Tabla 37.*Materia prima plato 4*

MATERIA PRIMA (PLATO 4 PARRILLADA COMPLETA)						
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO TOTAL	COMPRA TOTAL	UNID AD	PRECIO UNITARIO
Pollo (pechuga)	250	g	\$1,75	500	g	\$0,88
Chuleta de Chanco	300	g	\$3,50	500	g	\$2,10
Lomo de Falda	300	g	\$2,50	500	g	\$1,50
Chorizo Colombiano	100	g	\$1,77	450	g	\$0,39
Aceite	100	g	\$3,00	1000	g	\$0,30
Papas	250	g	\$0,35	500	g	\$0,18
Lechuga Crespa	40	g	\$0,70	250	g	\$0,11
Tomate	30	g	\$0,50	500	g	\$0,03
Pimiento rojo	15	g	\$1,00	500	g	\$0,03
Pimiento amarillo	15	g	\$1,00	500	g	\$0,03
Cebolla	30	g	\$0,50	500	g	\$0,03
Sal parrillera	40	g	\$2,60	500	g	\$0,21
Sal	-	-	-	-	-	-
Vinagreta	-	-	-	-	-	-
Mayonesa	-	-	-	-	-	-
Salsa de tomate	30	g	\$2,30	550	g	\$0,13
COSTO DE MATERIA PRIMA						\$5,91
3 % MATERIA PRIMA INDIRECTA						\$0,18
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA						\$6,09
COSTO POR PORCIÓN EN MANO DE OBRA						\$2,48
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN						\$8,57
MARGEN UTILIDAD 70%						\$6,43
P.V.P						\$15,00

Como se observa en la tabla 37 para la realización del plato 4 (Parrillada Completa) se necesitará los ingredientes que se detallan en la anterior tabla, una vez calculado los costos unitarios de materia prima da un resultado de \$5,91; un 3% de materia prima indirecta de \$0,18 sumando los dos resultados da un valor de \$6,09; el costo por porción en mano de obra es de \$2,48 dando un costo total de producción de \$8,57 y posteriormente se calcula un margen de utilidad de ganancia del 70% que equivale a \$6,43 y así se llega a establecer el precio de venta al público de \$15,00 dólares americanos para el plato 4.

Tabla 38.*Costo unitario de materia prima plato 4*

COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA (PLATO 4)			
DÍAS A PRODUCIR	CANTIDAD	P.V.P	TOTAL VENTAS
LUNES	4	\$6,09	\$24,36
MARTES	4	\$6,09	\$24,36
MIÉRCOLES	4	\$6,09	\$24,36
JUEVES	4	\$6,09	\$24,36
VIERNES	4	\$6,09	\$24,36
SÁBADO	4	\$6,09	\$24,36
VENTAS SEMANALES			\$146,16
VENTAS MENSUALES			\$3.507,84
VENTAS ANUALES			\$42.094,08

Como indica en la tabla 38 el costo unitario de materia prima del plato 4 (Parrillada Completa) es de \$6,09 y teniendo en cuenta que las ventas estimadas de este plato son la cantidad de 4 platos diarios, calculando así las ventas que se llega a obtener un valor total diario de \$24,36; semanal \$146,16; mensual \$3.507,84 y anual \$42.094,98 dólares americanos.

- b. Estimación de ingresos:** Para la estimación de los ingresos se toma en cuenta, la cantidad de platos vendidos diarios, semanal, mensual y anual al precio de venta al público calculado anteriormente, que a continuación se detalla en la tabla 39.

Tabla 39.

Estimación de ingresos

ESTIMACIONES DE INGRESOS DE LOS COSTOS TOTALES DE CADA PLATO												
DÍAS A PRODUCIR	PLATO 1			PLATO 2			PLATO 3			PLATO 4		
	Q	PVP	TOTAL VENTAS									
LUNES	4	\$8,00	\$32,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$15,00	\$60,00
MARTES	4	\$8,00	\$32,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$15,00	\$60,00
MIÉRCOLES	4	\$8,00	\$32,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$15,00	\$60,00
JUEVES	4	\$8,00	\$32,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$15,00	\$60,00
VIERNES	4	\$8,00	\$32,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$15,00	\$60,00
SÁBADO	4	\$8,00	\$32,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$10,00	\$40,00	4	\$15,00	\$60,00
VENTAS SEMANALES			\$192,02			\$239,97			\$239,99			\$359,97
VENTAS MENSUALES			\$4.608,53			\$5.759,39			\$5.759,83			\$8.639,39
VENTAS ANUALES			\$55.302,40			\$69.112,63			\$69.117,93			\$103.672,64
TOTAL DE VENTAS						\$297.205,60						

Como se observa en la tabla 39 de las estimaciones de ingresos, se logra evidenciar el total de ingresos diarios, semanales, mensuales y anuales para cada plato, el primer plato asciende al total de ventas anuales de \$55.302,40; para el segundo plato las ventas llegarán a un total de \$69.112,63; para el tercer plato se obtiene un total de \$69.117,93 y para el cuarto plato las estimaciones de ingresos anuales será de \$103.672,64 obteniendo un resultado total de ventas de \$297.205,60 dólares americanos que se calcula de la suma de las ventas anuales de cada plato a producir.

- c. **Estimación de Producción:** Para la estimación de la producción se toma en cuenta, el concepto de capacidad instalada que se define como el número de unidades requeridas a producir en el año.

Tabla 40.

Estimación de producción

CANTIDADES REQUERIDAS A PRODUCIR POR CADA PLATO								
DÍAS A PRODUCIR	PLATO 1		PLATO 2		PLATO 3		PLATO 4	
	Q	PVP	Q	PVP	Q	PVP	Q	PVP
LUNES	4	\$8,00	4	\$10,00	4	\$10,00	4	\$15,00
MARTES	4	\$8,00	4	\$10,00	4	\$10,00	4	\$15,00
MIÉRCOLES	4	\$8,00	4	\$10,00	4	\$10,00	4	\$15,00
JUEVES	4	\$8,00	4	\$10,00	4	\$10,00	4	\$15,00
VIERNES	4	\$8,00	4	\$10,00	4	\$10,00	4	\$15,00
SÁBADO	4	\$8,00	4	\$10,00	4	\$10,00	4	\$15,00
VENTAS SEMANALES	24		24		24		24	
VENTAS MENSUALES	96		96		96		96	
VENTAS ANUALES	1152		1152		1152		1152	
TOTAL DE VENTAS					4608			

Como muestra en la tabla 40 que detalla el plato uno, dos, tres y cuatro la cantidad a producir de manera diaria de 4 platos; semanal 24 platos; mensual 96 platos y anual 1152 platos, recopilando un total de las ventas de los cuatro platos conjuntamente de 4608 unidades a producir.

7.2.1.5. Costos Fijos

Tabla 41.

Costos fijos

Rubros	Valor mensual	Valor anual
Servicios básicos	\$68,00	\$816,00
Suministros de materiales y limpieza	\$588,60	\$7.063,20
Suministro de oficina	\$50,20	\$602,40
Mantenimiento y reparación	\$20,00	\$240,00
Promoción, publicidad y propaganda	\$500,00	\$6.000,00
Arriendo	\$800,00	\$9.600,00
Depreciación	\$90,47	\$1.085,60
Total costos fijos	\$2.117,27	\$25.407,20

En la tabla 41 se detalla los costos fijos que el negocio tiene de manera mensual y anual, donde se puede observar los rubros que serán constantes en el tiempo, la cual ayudarán a establecer el capital de trabajo óptimo de la organización, el total de costos fijos mensuales ascienden a \$2.117,27 y con un valor anual de \$25.407,20 dólares americanos.

7.2.1.6. Costos Variables

Tabla 42.

Costos variables

Rubros	Valor mensual	Valor anual
Materia prima	\$8.703,36	\$104.440,32
Mano de obra directa	\$1.192,69	\$14.312,27
Otros	\$500,00	\$6.000,00
Total costos variables	\$10.396,05	\$124.752,59

En la tabla 42 se detalla los costos variables que el negocio tiene de manera mensual y anual, donde se puede observar los rubros de materia prima un valor mensual de \$8.703,36 y un valor anual de \$104.440,32; de la misma manera se considera la mano de obra directa por un valor mensual de \$1.192,69 y un valor anual de \$14.312,27 y finalmente el valor de otros rubros asciende de manera mensual a \$500,00 y anual de \$6.000,00 dando un valor total de costos variables mensuales de \$10.396,05 y anual de \$124.752,59 dólares americanos que variarán a medida que pase el tiempo.

7.2.1.7. Costo Total

Tabla 43.

Costo total

Costo Total	Costo Fijo	+	Costo Variable
Costo Total	\$25.407,20		\$124.752,59
Costo Total	\$150.159,79		

Como muestra la tabla 43 se presenta el costo total una vez identificado los valores de costo fijo de \$25.407,20 y de costo variable de \$124.752,59 expresando la suma y obteniendo el costo total de \$150.159,79 dólares americanos.

7.1.2.9 Capital de Trabajo

Tabla 44.

Capital de trabajo

$$\frac{\text{CT} = \text{Costo Total} - (\text{Depreciaciones} + \text{Amortizaciones}) * 30 \text{ días}}{360}$$
$$\frac{(150.159,79 - 1.085,60) * 30}{360}$$

Capital de Trabajo = \$12.422,85

Como se observa en la tabla 44 una vez ya calculado los costos fijos, costos variables y el costo total se aplica la fórmula del capital de trabajo donde se obtiene un costo total de \$150.159,79; las depreciaciones ascienden a \$1.085,60 multiplicado por 30 y dividido para 360 días, generando así un capital de trabajo de \$12.422,85 dólares americanos.

Una vez calculado los costos fijos, costos variables y capital de trabajo se detalla el entorno económico del RESTAURANTE “ASHLEY GRILL”, donde se observará de manera particular los activos que poseen para iniciar la planificación de la inversión.

7.3. Resultados del Objetivo 3

Objetivo 3: Elaborar un informe financiero y económico para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la Ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

REPÚBLICA DEL ECUADOR



INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE “ASHLEY GRILL” EN LA CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO.

PRODUCTO ACREDITABLE

Elaborar un informe financiero y económico para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la Ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

AUTORAS: Gaibor Albiño Selena Lisbeth
Molina Loja Katherin Johanna

DIRECTOR: Ing. Henry Fabián Chango; CPA

Tena - Ecuador

2022

7.3.1. INFORME FINANCIERO

7.3.1.1. Título

INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE “ASHLEY GRILL” EN LA CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO.

7.3.1.2. Justificación

Los resultados de la presente investigación van enfocados a ayudar a los nuevos emprendedores a tomar la mejor decisión para invertir su factor económico en la implementación de nuevos locales de platos a la carta en la ciudad de Tena.

De igual manera, se busca establecer un factor que diferencia del local con respecto a la competencia dentro de la ciudad.

El restaurante “Ashley Grill” se implementará en un lugar estratégico de la ciudad. Además, a sus alrededores no cuenta con competencia o locales que expidan el mismo servicio o producto.

7.3.1.3. Misión

Nuestra principal misión es ofrecer a nuestra clientela productos de calidad preparados al instante, brindando momentos inolvidables y servicios gastronómicos de alta calidad, así como un trato lleno de calidez humana, reafirmandonos con la prestación de un servicio de excelencia, dejando a nuestros clientes satisfechos y manejando correctamente los estándares de higiene y servicio.

7.3.1.4. Visión

Nuestra visión es ser una empresa líder en la producción de platos a la carta, con la firme convicción de prestar un servicio de excelencia a la ciudadanía. Ser reconocidos por brindar a nuestros clientes sensaciones agradables y momentos felices, posicionarnos en el corazón de las familias Tenenses y de todos los que nos visitan permitiendo obtener la satisfacción de nuestros clientes.

7.3.1.5.Objetivos

- **Objetivo General**

Elaborar un informe financiero y económico que determine la factibilidad o viabilidad para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo.

- **Objetivos Específicos**

- Analizar el plan de inversión y financiación con el fin de juzgar de forma cualitativa y cuantitativa los beneficios de asignar recursos al restaurante “Ashley Grill”.
- Estructurar los estados financieros hasta el flujo de caja del efectivo realizando un análisis e interpretación de la información para una posterior toma de decisiones que beneficie al negocio.
- Determinar los indicadores de medición de proyectos como son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo Beneficio y Periodo de Recuperación de la Inversión Inicial (PRI).

7.3.1.6.Viabilidad Comercial

Al realizar un estudio de viabilidad comercial y financiera para la implementación del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena de la Provincia de Napo

Se puede analizar que la factibilidad comercial del restaurante “Ashley Grill” en la ciudad de Tena Provincia de Napo se estructura las alternativas más relevantes dentro de la investigación de mercado, en la cual se demuestra las siguientes preguntas: ¿Con qué frecuencia consume en un restaurante?; En promedio ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar al consumir en un restaurante?; Le gustaría que se dé apertura de un restaurante de platos a la carta por el Parque Lineal de Tena; ¿Qué días a la semana le gustaría que se atienda en el restaurante?; ¿Qué aspectos usted elegiría al consumir en un restaurante?; ¿Con qué frecuencia consume platos a la carta? y ¿Usted en qué se fija primordialmente para el consumo de platos a la carta?. Finalmente, bajo este contexto se puede determinar que para la implementación del restaurante “Ashley Grill” la frecuencia de las personas al consumir en un restaurante el mayor porcentaje

equivale a un 28% expresando que consumen la mayoría de los habitantes de manera quincenal y mensual, esto significa que tiene una mayor acogida la comida en lugares externos que son los restaurantes minorando las posibilidades de consumir de manera habitual como es el hogar, por otra parte se puede mencionar que las posibilidades de gastar en un restaurante fuera de casa para la mayoría de las personas es un valor expresado entre los 11 a 20 dólares representando un porcentaje del 33%, esto nos ayuda a conocer el valor que las personas estarían dispuestas a cancelar por el servicio que se ofrecería en el restaurante, mostrándose en un rango de costo representativo al 70% de utilidad de la inversión, también se evidenció que un 36% de la población mostraron que están de acuerdo con la implementación del restaurante “Ashley Grill” en el parque Lineal de Tena, conociendo que es una zona muy frecuentada por turistas y habitantes de la ciudad y a la vez no existe competencia directa en dicho lugar, es por ello que la investigación muestra resultados positivos y garantizados para poner en marcha la idea de negocio.

Comercialmente es factible la implementación del local después de haber analizado todos los factores que pueden afectar en la apertura del mismo, de esta manera se concluyó al 100% que su viabilidad comercial tendrá una excelente acogida generando las utilidades esperadas en el transcurso de los meses posteriores.

7.3.1.7.Desarrollo de la viabilidad financiera y económica

El tener la idea de implementar un negocio no es fácil, es por ello que se enmarca y se establece los cálculos financieros respectivos antes de su posicionamiento, para tener claro los valores monetarios que se va a necesitar al momento de su implementación, para no correr riesgos de pérdidas o malas inversiones, el desconocimiento puede ser un arma letal para el fracaso, es por ello que se trabajó en los puntos más relevantes y precisos como son los respectivos indicadores de medición de proyectos para conocer la viabilidad financiera y económica antes de la implementación del local comercial “Ashley Grill”. A continuación, los cálculos más relevantes:

- **Datos**

Tabla 45.

Datos

DATOS	
DETALLE	VALOR
Tasa Impositiva (Imp. Renta)	25%
Tasa pasiva	4%
Riesgo país	5%
Recurso propio	\$500,00
Tasa Préstamo	17%
Tasa de inflación	3,5%
Tasa de Crecimiento "g"	1,5%

Como muestra en la tabla 45 los datos que se tendrán en cuenta para los respectivos cálculos a continuación presentados, se calculan: el valor del Riesgo país (5%) – la tasa de inflación (3,5%) que se toma del Banco Central del Ecuador, dando como resultado la tasa de crecimiento del 1,5% que será utilizada en las respectivas proyecciones de los 5 años en los cálculos a desarrollarse, como se indica:

- **Plan de Inversión**

A continuación, en la tabla 46 se puede observar el plan de inversión ya detallado todo lo que se va a necesitar para la implementación del restaurante “Ashley Grill” su respectiva descripción con su valor unitario de \$19.622,85, precedido de las correspondientes depreciaciones con un valor de \$1.085,60; valor rescate de \$564,50; capital de trabajo de \$12.422,85 y un valor total de \$23.712,85 dólares americanos que vendría hacer la cifra que se necesita para iniciar con el funcionamiento del negocio.

Tabla 46.*Plan de Inversión*

PLAN DE INVERSIÓN							
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)	DEPRECIACIÓN %	DEPRECIACIÓN \$	VALOR DE RESCATE %	VALOR DE RESCATE \$
2	Asador industrial	\$500,00	\$1.000,00	10%	\$90,00	5%	\$50,00
2	Cocina Industrial	\$300,00	\$600,00	10%	\$54,00	5%	\$30,00
1	Freidora	\$180,00	\$180,00	10%	\$16,20	5%	\$9,00
2	Licuadaora industrial	\$150,00	\$300,00	10%	\$27,00	5%	\$15,00
1	Refrigeradora	\$1.000,00	\$1.000,00	10%	\$90,00	5%	\$50,00
2	Congelador	\$500,00	\$1.000,00	10%	\$90,00	5%	\$50,00
1	Mesa Trabajo (acero inox.)	\$300,00	\$300,00	10%	\$27,00	5%	\$15,00
6	Mesas	\$250,00	\$1.500,00	10%	\$135,00	5%	\$75,00
1	Escritorio	\$200,00	\$200,00	10%	\$18,00	5%	\$10,00
2	Sillas ejecutivas	\$80,00	\$160,00	10%	\$14,40	5%	\$8,00
25	Sillas	\$50,00	\$1.250,00	10%	\$112,50	5%	\$62,50
1	Caja registradora	\$700,00	\$700,00	10%	\$63,00	5%	\$35,00
1	Teléfono con base	\$150,00	\$150,00	10%	\$13,50	5%	\$7,50
1	Equipo de cómputo	1200	\$1.200,00	33%	\$268,00	5%	\$60,00
1	Impresora	300	\$300,00	33%	\$67,00	5%	\$15,00
1	Utensilios de cocina	1000	\$1.000,00	0%	\$0,00	5%	\$50,00
12	Lámparas con balastro fl.	\$10,00	\$120,00	0%	\$0,00	5%	\$6,00
1	Constitución de la empresa	\$250,00	\$250,00	0%	\$0,00	5%	\$12,50
1	Registro de licencia	\$80,00	\$80,00	0%	\$0,00	5%	\$4,00
1	Capital de trabajo	\$12.422,85	\$12.422,85	0%	\$0,00	0%	\$0,00
TOTAL		\$19.622,85	\$23.712,85		\$1.085,60		\$564,50

- **Plan de Financiación**

Tabla 47.

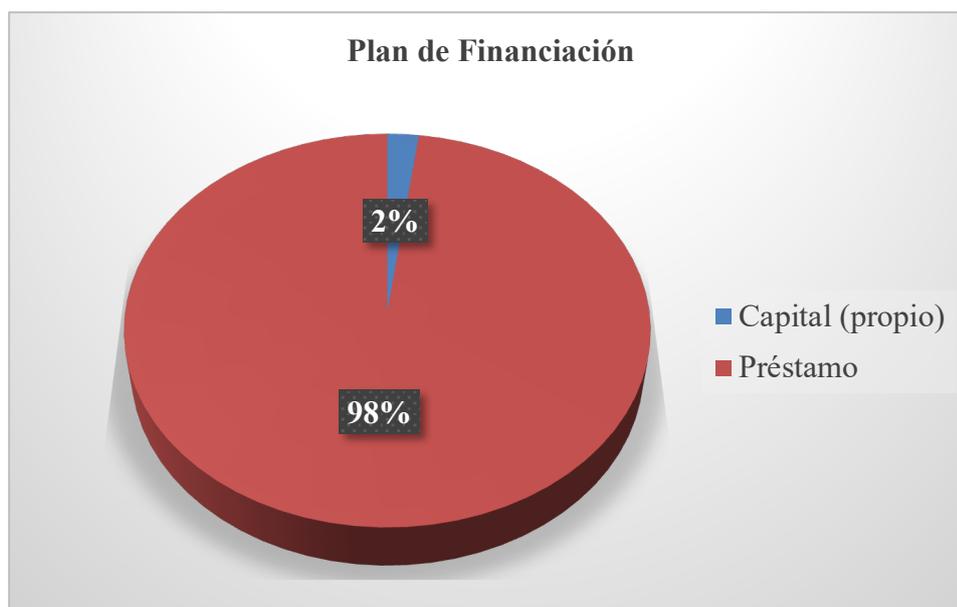
Plan de financiación

PLAN DE FINANCIACION		
	\$	%
I. Inversiones		
Activo Fijo	\$11.290,00	48%
Otros Activos	\$12.422,85	52%
TOTAL	\$23.712,85	1,00
II. Financiamiento		
Capital (propio)	\$500,00	2,11%
Préstamo	\$23.212,85	97,89%
TOTAL	\$23.712,85	100%

En la tabla 47 se detalla el plan de financiamiento que necesita el negocio para desarrollar su actividad económica, donde el negocio cuenta con activos fijos que ascienden a \$11.290,00 dólares americanos que representa el 48% del total de la inversión, otros activos ascienden a \$12.422,85 dólares americanos que representa el 52% del total de inversión, mientras que el capital propio con el que inicia el negocio es de \$500,00 dólares americanos que representa el 2,11% del financiamiento, bajo este contexto el negocio requiere apalancarse con un préstamo de \$ 23.212,85 dólares americanos que representa el 97,89% del total de financiamiento.

Para la implementación del restaurante “Ashley Grill” se requiere apalancarse con un micro crédito a bajo interés y en la entidad financiera llamada “Cooperativa Ambato S.A.” ya que por ser solventes y mantener un alto puntaje en el buró de crédito, se entró a un periodo de negociación entre la cooperativa y el cliente para mantener el encaje del 5% establecido por la entidad y que no se le retenga en dicho establecimiento, depositándose así el capital completo del préstamo de \$23.212,85 dólares americanos requeridos por el socio que necesita para poder financiar la actividad generadora de beneficios.

Gráfico 13. Plan de Financiación



Como se observa en el gráfico 13 que del total de la inversión \$23.712,85 del proyecto el 98% será mediante financiamiento a una entidad privada cuyo valor es de \$23.212,85 y el 2% restante, es decir \$500,00 mediante recursos propios para la implementación del negocio “Ashley Grill”.

- **Tabla de Amortización**

Tabla 48.

Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN DATOS	
Tasa de Interés Anual	17,30%
Tasa de Interés Mensual	1,44%
Préstamo	23.212,85
N (años)	5 años
M (Capitalización)	1
Periodos n*m NPER	5
Pago	\$ 7.305,59

Como se observa en la tabla 48 se presenta el financiamiento que debe realizar el restaurante “Ashley Grill” en donde el cálculo de las letras de pago del préstamo se realizó mediante el método francés para las respectivas amortizaciones, ya que se establecen cuotas fijas para su debido pago.

Tabla 49.*Método Francés*

No.	CAPITAL	MÉTODO FRANCÉS		SALDO
		INTERES	PAGO	
0				\$23.212,85
1	\$ 3.289,77	\$ 4.015,82	\$ 7.305,59	\$19.923,08
2	\$ 3.858,90	\$ 3.446,69	\$ 7.305,59	\$16.064,18
3	\$ 4.526,49	\$ 2.779,10	\$ 7.305,59	\$11.537,70
4	\$ 5.309,57	\$ 1.996,02	\$ 7.305,59	\$6.228,13
5	\$ 6.228,13	\$ 1.077,47	\$ 7.305,59	-

Como se observa en la tabla 49 una vez calculado el financiamiento que se requiere se procede a proyectar los costos variables y fijos a un plazo de cinco periodos con una tasa de crecimiento del 1.5% para cada periodo proyectado.

Tabla 50.*Cuotas de Pago*

No.	CAPITAL	INTERES	TABLA DE AMORTIZACIÓN			SALDO
			SEGURO DESGRAVAMEN	PAGO		
0						\$ 23.212,85
1	\$ 246,00	\$ 334,65	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	22.966,85
2	\$ 249,54	\$ 331,11	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	22.717,31
3	\$ 253,14	\$ 327,51	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	22.464,16
4	\$ 256,79	\$ 323,86	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	22.207,37
5	\$ 260,49	\$ 320,16	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	21.946,88
6	\$ 264,25	\$ 316,40	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	21.682,63
7	\$ 268,06	\$ 312,59	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	21.414,57
8	\$ 271,92	\$ 308,73	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	21.142,65
9	\$ 275,84	\$ 304,81	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	20.866,80
10	\$ 279,82	\$ 300,83	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	20.586,98
11	\$ 283,85	\$ 296,80	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	20.303,13
12	\$ 287,95	\$ 292,70	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	20.015,18
13	\$ 292,10	\$ 288,55	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	19.723,08
14	\$ 296,31	\$ 284,34	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	19.426,77
15	\$ 300,58	\$ 280,07	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	19.126,19
16	\$ 304,91	\$ 275,74	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	18.821,28
17	\$ 309,31	\$ 271,34	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	18.511,97
18	\$ 313,77	\$ 266,88	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	18.198,20
19	\$ 318,29	\$ 262,36	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	17.879,91
20	\$ 322,88	\$ 257,77	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	17.557,03
21	\$ 327,54	\$ 253,11	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	17.229,49
22	\$ 332,26	\$ 248,39	\$ 8,62	\$ 589,27	\$	16.897,23

23	\$ 337,05	\$ 243,60	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 16.560,18
24	\$ 341,91	\$ 238,74	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 16.218,28
25	\$ 346,84	\$ 233,81	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 15.871,44
26	\$ 351,84	\$ 228,81	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 15.519,60
27	\$ 356,91	\$ 223,74	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 15.162,69
28	\$ 362,05	\$ 218,60	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 14.800,64
29	\$ 367,27	\$ 213,38	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 14.433,36
30	\$ 372,57	\$ 208,08	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 14.060,79
31	\$ 377,94	\$ 202,71	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 13.682,85
32	\$ 383,39	\$ 197,26	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 13.299,47
33	\$ 388,92	\$ 191,73	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 12.910,55
34	\$ 394,52	\$ 186,13	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 12.516,03
35	\$ 400,21	\$ 180,44	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 12.115,82
36	\$ 405,98	\$ 174,67	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 11.709,83
37	\$ 411,83	\$ 168,82	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 11.298,00
38	\$ 417,77	\$ 162,88	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 10.880,23
39	\$ 423,79	\$ 156,86	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 10.456,44
40	\$ 429,90	\$ 150,75	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 10.026,53
41	\$ 436,10	\$ 144,55	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 9.590,43
42	\$ 442,39	\$ 138,26	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 9.148,05
43	\$ 448,77	\$ 131,88	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 8.699,28
44	\$ 455,24	\$ 125,41	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 8.244,04
45	\$ 461,80	\$ 118,85	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 7.782,25
46	\$ 468,46	\$ 112,19	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 7.313,79
47	\$ 475,21	\$ 105,44	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 6.838,58
48	\$ 482,06	\$ 98,59	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 6.356,52
49	\$ 489,01	\$ 91,64	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 5.867,51
50	\$ 496,06	\$ 84,59	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 5.371,45
51	\$ 503,21	\$ 77,44	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 4.868,24
52	\$ 510,47	\$ 70,18	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 4.357,77
53	\$ 517,83	\$ 62,82	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 3.839,94
54	\$ 525,29	\$ 55,36	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 3.314,65
55	\$ 532,86	\$ 47,79	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 2.781,79
56	\$ 540,55	\$ 40,10	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 2.241,24
57	\$ 548,34	\$ 32,31	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 1.692,91
58	\$ 556,24	\$ 24,41	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 1.136,66
59	\$ 564,26	\$ 16,39	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ 572,40
60	\$ 572,40	\$ 8,25	\$ 8,62	\$ 589,27	\$ (0,00)

- **Costos Variables Proyectados**

Tabla 51.

Costos Variables Proyectados

RUBROS	COSTOS VARIABLES					
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inv. Materia Prima						
Mano de Obra Directa						
Otros	\$104.440,32	\$108.095,73	\$111.879,08	\$115.794,85	\$119.847,67	
Total	\$14.312,27	\$14.813,20	\$15.331,66	\$15.868,27	\$16.423,65	
	\$2.400,00	\$2.484,00	\$2.570,94	\$2.660,92	\$2.754,06	
Total	\$121.152,59	\$125.392,93	\$129.781,68	\$134.324,04	\$139.025,38	
Tasa de Inflación (f)		3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	

Como se detalla en la tabla 51 los costos variables representan los rubros del inventario de materia prima teniendo un monto de \$104.440,32 la mano de obra directa representa el valor de \$14.312,27 y otros rubros que son de \$2.400,00 sumando muestra un total de \$121.152,59 para el año 1 y respectivamente aplicando la tasa de inflación del 3,5% para los siguientes años.

- **Costos Fijos Proyectados**

Tabla 52.

Costos Fijos Proyectados

RUBROS	COSTOS FIJOS					
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Servicios básicos		\$816,00	\$816,00	\$816,00	\$816,00	\$816,00
Suministros de materiales y limpieza		\$7.063,20	\$7.063,20	\$7.063,20	\$7.063,20	\$7.063,20
Suministro de oficina		\$602,40	\$602,40	\$602,40	\$602,40	\$602,40
Mantenimiento y reparación		\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00	\$240,00
Promoción, publicidad y propaganda		\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
Arriendo del local		\$9.600,00	\$9.600,00	\$9.600,00	\$9.600,00	\$9.600,00
Depreciación		\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60
TOTAL		\$25.407,20	\$25.407,20	\$25.407,20	\$25.407,20	\$25.407,20

Como detalla en la tabla 52 todos los costos fijos proyectados que tendrá en cuenta el negocio, siendo un valor establecido fijo por cada mes y por ende será el mismo valor al año transcurrido. Para el año 1 y demás años se tiene el valor total del costo fijo de \$25.407,20 dólares americanos.

- **Cantidad Estimada de Ventas**

Tabla 53.

Cantidad Estimada de Ventas

RUBROS	CANTIDAD (Q)					
	0	1	2	3	4	5
Cantidad (Q)	4.608	4.677	4.747	4.818	4.891	
Tasa sustentable de Crecimiento (g)		1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	

Se observa en la tabla 53 la cantidad estimada de ventas de platos son de 16 diarios, 96 platos semanal, 384 mensual y en el año se estima una venta de 4.608 platos a la carta con su respectiva proyección teniendo en cuenta la tasa de crecimiento del 1,5% para los próximos 5 años.

Al estimar la cantidad de ventas se realizó un análisis empírico y de manera rápida se hizo consultas a diferentes restaurantes que ofrecen platos a la carta para llegar a conocer la cantidad que producen y venden cada día, llegando así a tener una idea de cuanto se puede vender, además en base a la experiencia se considera y se tiene conocimientos de las cantidades estimadas a producir en ventas.

- **Ingresos Estimados de Ventas**

Tabla 54.

Ingresos de Ventas

RUBROS	INGRESOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS/VENTAS	\$198.144,00	\$203.127,32	\$208.235,97	\$213.473,11	\$218.841,96	
Cantidad (Q) Plato 1	4608	4677	4747	4818	4891	
Cantidad (Q) Plato 2	4608	4677	4747	4818	4891	
Cantidad (Q) Plato 3	4608	4677	4747	4818	4891	
Cantidad (Q) Plato 4	4608	4677	4747	4818	4891	
Precio (Px) Plato 1	\$8,00	\$8,08	\$8,16	\$8,24	\$8,32	
Precio (Px) Plato 2	\$10,00	\$10,10	\$10,20	\$10,30	\$10,41	
Precio (Px) Plato 3	\$10,00	\$10,10	\$10,20	\$10,30	\$10,41	
Precio (Px) Plato 4	\$15,00	\$15,15	\$15,30	\$15,45	\$15,61	

En la tabla 54 se verifica los ingresos que se obtuvieron a un periodo de tiempo de cinco años, siendo para el primer año un ingreso de \$198.144,00 dólares americanos; segundo año de \$203.127,32 dólares americanos; tercer año de \$ 208.235,97 dólares americanos; cuarto año de \$213.473,11 dólares americanos y para el quinto año los ingresos ascienden a \$218.841,96 dólares americanos las cuales se detalla cada tipo de producto producido dentro un año, además se puede observar el precio de venta público de cada uno de los productos con una inflación anual del 1.5% para las cantidades y precios de ventas.

- **Flujo Neto del Efectivo (FNE)**

A continuación, en la tabla 55 se presenta el estado de Flujo del Efectivo, la cual establece de manera técnica el grado de liquidez que maneja la empresa mediante los flujos obtenidos al realizar las deducciones que intervienen en el cálculo de los flujos proyectados.

Tabla 55.

Flujo Neto del Efectivo Proyectado

RUBROS	FLUJO NETO DE EFECTIVO					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos/Ventas/Costos Ahorrados	\$198.144,00	\$203.127,32	\$208.235,97	\$213.473,11	\$218.841,96	
-Costos variables	\$121.152,59	\$125.392,93	\$129.781,68	\$134.324,04	\$139.025,38	
-Costos Fijos	\$25.407,20	\$25.407,20	\$25.407,20	\$25.407,20	\$25.407,20	
(=) Utilidad de Operación	\$51.584,21	\$52.327,20	\$53.047,09	\$53.741,87	\$54.409,38	
-Depreciaciones	\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60	
+Ingresos no Operacionales Gravable						
(=) Utilidad antes de interese e impuestos (UAI)	\$50.498,61	\$51.241,60	\$51.961,49	\$52.656,27	\$53.323,78	
(-) Costos financieros o Int	\$4.015,82	\$3.446,69	\$2.779,10	\$1.996,02	\$1.077,47	
(=) Utilidad antes de impuestos (UAI)	\$46.482,79	\$47.794,90	\$49.182,39	\$50.660,25	\$52.246,31	
(-) Impuestos 25% Renta	\$11.620,70	\$11.948,73	\$12.295,60	\$12.665,06	\$13.061,58	
(=) Utilidad después de impuestos (UDI)	\$34.862,09	\$35.846,18	\$36.886,79	\$37.995,19	\$39.184,73	
(+)Depreciaciones	\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60	\$1.085,60	
(+)Ingresos no Operacionales no Gravable						
(-) Capital financiero	\$3.289,77	\$3.858,90	\$4.526,49	\$5.309,57	\$6.228,13	
(-) Capital de trabajo	\$12.422,85					
(+) Valor de rescate						\$564,50
Inversión	-\$23.712,85					
(=) Flujo neto (FNE)	-\$23.712,85	\$20.235,08	\$33.072,88	\$33.445,91	\$33.771,22	\$34.606,71
(=) Flujo neto descontado (FNED)	-\$23.712,85	\$17.924,41	\$25.950,87	\$23.246,78	\$20.792,49	\$18.873,83

- **Estado de Costo de Producción y Venta**

A continuación, se presenta el estado de costo de producción y venta donde se determina el valor que se necesitará para cubrir los gastos de la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación al transcurrir un año de su posicionamiento y así mismo las proyecciones para los próximos años que vienen.

Tabla 56.

Estado de Costo de Producción y Venta

ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA						
RESTAURANTE ASHLEY GRILL						
DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS						
MATERIA PRIMA		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Inv. Inicial de Materia Prima		\$104.440,32	\$106.006,92	\$107.597,03	\$109.210,98	\$110.849,15
Costo de MP (PLATO 1)	\$15.344,64					
Costo de MP (PLATO 2)	\$23.500,80					
Costo de MP (PLATO 3)	\$23.500,80					
Costo de MP (PLATO 4)	\$42.094,08					
MANO DE OBRA		\$14.312,27	\$14.526,95	\$14.744,85	\$14.966,03	\$15.190,52
Mano de obra Directa	\$14.312,27					
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		\$25.062,60	\$25.438,54	\$25.820,12	\$26.207,42	\$26.600,53
Costos indirectos de fabricación	\$25.062,60					
COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA		\$143.815,19	\$145.972,41	\$148.162,00	\$150.384,43	\$152.640,20

- **Estado de Resultado Integral**

En la tabla 57 se observa el estado de resultado que muestra el resumen de las operaciones del local comercial o negocio, enfrenta los ingresos frente a los costos y gastos para llegar a determinar la utilidad o pérdida del período.

Tabla 57.

Estado de Resultado

ESTADO DE RESULTADO					
RESTAURANTE ASHLEY GRILL					
DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS					
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	\$198.144,00	\$203.127,32	\$208.235,97	\$213.473,11	\$218.841,96
(=) TOTAL DE INGRESOS	\$198.144,00	\$203.127,32	\$208.235,97	\$213.473,11	\$218.841,96
(-) Costos de ventas	\$143.815,19	\$145.972,41	\$148.162,00	\$150.384,43	\$152.640,20
(=) Utilidad Bruta en venta	\$54.328,81	\$57.154,91	\$60.073,97	\$63.088,68	\$66.201,76
(-) Gasto de ventas	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
(-) Gasto de administración	\$16.825,58	\$16.825,58	\$16.825,58	\$16.825,58	\$16.825,58
(=) Utilidad o pérdida operacional	\$31.503,23	\$34.329,33	\$37.248,39	\$40.263,10	\$43.376,18
(-) Gastos financieros	\$7.297,33	\$7.297,33	\$7.297,33	\$7.297,33	\$7.297,33
(=) Utilidad o perdida antes de participación	\$24.205,90	\$27.031,99	\$29.951,06	\$32.965,77	\$36.078,85
(15% PT)	\$3.630,89	\$4.054,80	\$4.492,66	\$4.944,86	\$5.411,83
Utilidad o perdida antes del Imp. Renta	\$20.575,02	\$22.977,20	\$25.458,40	\$28.020,90	\$30.667,02
(25% Imp. Renta)	\$5.143,75	\$5.744,30	\$6.364,60	\$7.005,23	\$7.666,76
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$15.431,26	\$17.232,90	\$19.093,80	\$21.015,68	\$23.000,27
Rentabilidad sobre ventas (ROI)	7,79%	8,48%	9,17%	9,84%	10,51%

- **Estado de Situación Inicial**

En la tabla 58 se muestra el estado de situación financiera donde se presenta toda la información sobre la posición financiera que contiene los activos (haber de la empresa), los pasivos (obligaciones con terceros) y el capital (la participación de los dueños o accionistas), los cambios presentados y la operatividad que tiene el negocio o local comercial.

Tabla 58.

Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL RESTAURANTE ASHLEY GRILL DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
Activo corriente	\$9.468,71	\$9.610,74	\$9.754,90	\$9.901,23	\$10.049,74
Efectivos y equivalentes del efectivo	\$765,35	\$776,83	\$788,48	\$800,31	\$812,31
Inventario	\$8.703,36	\$8.833,91	\$8.966,42	\$9.100,92	\$9.237,43
Activo no corriente	\$9.276,10	\$9.415,24	\$9.556,47	\$9.699,82	\$9.845,31
Equipo de computación	\$1.575,00	\$1.598,63	\$1.622,60	\$1.646,94	\$1.671,65
Maquinaria y Equipo	\$4.284,00	\$4.348,26	\$4.413,48	\$4.479,69	\$4.546,88
Muebles y enseres	\$4.473,00	\$4.540,10	\$4.608,20	\$4.677,32	\$4.747,48
Depreciación Acumulada de equipo de cómputo	\$335,00	\$340,03	\$345,13	\$350,30	\$355,56
Depreciación Acumulada maquinaria y equipo	\$367,20	\$372,71	\$378,30	\$383,97	\$389,73
Depreciación Acumulada muebles y enseres	\$353,70	\$359,01	\$364,39	\$369,86	\$375,40
Otros activos	\$472,50	\$479,59	\$486,78	\$494,08	\$501,49
Adecuaciones	\$126,00	\$127,89	\$129,81	\$131,76	\$133,73
Registros y licencias	\$346,50	\$351,70	\$356,97	\$362,33	\$367,76
TOTAL ACTIVOS	\$19.217,31	\$19.505,57	\$19.798,15	\$20.095,13	\$20.396,55
PASIVO					
Pasivo no corriente	\$3.286,05	\$3.335,34	\$3.385,37	\$3.436,15	\$3.487,69
Obligaciones a largo plazo	\$3.286,05	\$3.335,34	\$3.385,37	\$3.436,15	\$3.487,69
Total pasivo	\$3.286,05	\$3.335,34	\$3.385,37	\$3.436,15	\$3.487,69
PATRIMONIO					
Capital	\$500,00	\$507,50	\$515,11	\$522,84	\$530,68
Utilidad o pérdida de ejercicio	\$15.431,26	\$15.662,73	\$15.897,67	\$16.136,14	\$16.378,18
Total patrimonio	\$15.931,26	\$16.170,23	\$16.412,78	\$16.658,98	\$16.908,86
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$19.217,31	\$19.505,57	\$19.798,15	\$20.095,13	\$20.396,55

- **Indicadores de Evaluación de Proyectos**

Para los ratios del proyecto se realiza mediante la proyección de los flujos netos, donde el valor actual neto es calculado mediante valoración de todos los flujos de caja que se obtienen del estado de flujo del efectivo, mientras que la tasa interna de retorno se calcula para medir la rentabilidad del proyecto y se calcula en función de los flujos de caja proyectados de que tiene la empresa.

Tabla 59.

Indicadores de Evaluación de Proyectos

INDICADOR	RESULTADO
VALOR ACTUAL (VA)	\$106.788,39
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$83.075,54
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	84,52%
VAN CERO (COMPROBACIÓN)	\$ 6.822,80
RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)	\$ 4,50
PAY BACK(AÑOS)	1 año, 6 meses, 6 días
VALOR ECONÓMICO AGREGADO EVA	\$35.631,29
ROIC	\$1,63
Utilidad Operativa Dep Imp.	\$38.688,16

Tabla 60.

Indicadores Netos

RUBROS	INDICADORES					
	AÑOS					
	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) Flujo neto Efectivo (FNE)	\$23.712,85	\$20.235,08	\$33.072,88	\$33.445,91	\$33.771,22	\$34.606,71
(=) Flujo neto descontado (FNED)	\$23.712,85	\$17.924,41	\$25.950,87	\$23.246,78	\$20.792,49	\$18.873,83

A continuación, se detalla el cálculo de los indicadores de evaluación de proyecto:

- Valor Actual
- Valor Actual Neto
- Tasa Interna de Retorno
- Costo – Beneficio

Valor actual

$$\text{Valor actual} = \sum \text{FND1} + \text{FND2} + \text{FND3} + \text{FND4} + \text{FND5}$$

$$\text{Valor actual} = \$17.924,41 + \$25.950,87 + 23.246,78 + 20.792,49 + 18.873,83$$

$$\text{Valor actual} = \mathbf{\$106.788,39}$$

Valor Actual Neto

$$\text{VAN} = \text{Inversión Inicial} + \frac{\text{FN1}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN2}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN3}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN4}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN5}}{(1+i)^n}$$

$$\text{VAN} = -23.712,85 + \frac{20.235,08}{(1+0.10)^1} + \frac{33.072,88}{(1+0.10)^2} + \frac{33.445,91}{(1+0.10)^3} + \frac{33.771,22}{(1+0.10)^4} + \frac{34.606,71}{(1+0.10)^5}$$

$$\text{VAN} = \mathbf{83.075,54}$$

Tasa Interna de Retorno

$$\text{TIR} = -\lg + \sum_{t=1}^n + \frac{\text{FN1}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN2}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN3}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN4}}{(1+i)^n} + \frac{\text{FN5}}{(1+i)^n}$$

$$\text{TIR} = -23.712,85 + \frac{17.924,41}{(1+0.10)^1} + \frac{25.950,87}{(1+0.10)^2} + \frac{23.246,78}{(1+0.10)^3} + \frac{20.792,49}{(1+0.10)^4} + \frac{18.873,83}{(1+0.10)^5}$$

$$\text{TIR} = \mathbf{84,52\%}$$

Relación Beneficio - Costo

$$\text{Beneficio - Costo} = \frac{\text{VALOR ACTUAL DE LOS INGRESOS TOTALES NETOS}}{\text{VALOR ACTUAL DE LOS COSTOS DE INVERSIÓN O COSTOS TOTALES}}$$

$$\text{Beneficio - Costo} = \frac{\$106.788,39}{-\$23.712,85}$$

$$\text{Beneficio - Costo} = \mathbf{\$4,50}$$

H. CONCLUSIONES

- Los resultados del análisis de la encuesta aplicada en el estudio de factibilidad comercial determinaron el nivel de aceptación de parte de la ciudadanía de Tena hacia el proyecto en donde, el total de la población encuestada se determinó que la ciudad de Tena de una suma de 382 personas, 218 encuestados representa el 57% están de acuerdo con la implementación del restaurante “Ashley Grill” en el parque lineal de Tena, es por ello que la investigación muestra resultados positivos y garantizados para poner en marcha la idea de negocio, este análisis da como resultado que la apertura del restaurante en la ciudad de Tena tendrá una excelente acogida y será factible su posicionamiento.
- Se realizó un análisis de costeo, donde se pudo determinar el costo por cada uno de los productos a fabricar, dando como resultado un valor de \$8,00 para el plato 1 (Alitas BBQ); \$10,00 para el plato 2 (Hamburguesas con Lomo Fino); \$10,00 para el plato 3 (Corte de Lomo Fino) y de \$15,00 para el plato 4 (Parrillada Completa). Una vez calculado la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación se determinó los costos fijos que se relacionan al momento de fabricar el producto y los costos variables que se necesita para producir los platos, en donde los costos fijos ascienden a un valor de \$25.407,20 y los costos variables a un valor de \$124.752,59 estructurando así un capital de trabajo de \$12.422,85 y una inversión inicial del proyecto de \$23.712,85 dólares americanos.
- Se puede concluir que dentro del análisis de inversión realizada a fin de medir la viabilidad financiera y económica para la implementación del restaurante “Ashley Grill” se desarrolló un estudio financiero con un valor de financiamiento que es de \$23.712,85, donde ayudó a determinar los flujos de cada uno de los años, la cual el flujo neto del efectivo fue de \$20.235,08 dólares, al realizar los indicadores de medición de proyectos se calculó el valor actual neto que asciende a un total de \$83.075,54 posteriormente una tasa interna de retorno del 84,52% que representa el retorno de la inversión que se va a realizar, en donde el costo beneficio que por cada dólar invertido se tiene un valor de \$4,50 y finalmente iniciamos el año uno con una rentabilidad sobre las ventas de 7,79 por ciento.

I. RECOMENDACIONES

- Es recomendable realizar un estudio técnico para medir la factibilidad de un producto en donde la viabilidad comercial es una estrategia de gran importancia dentro de las implementaciones de los productos o negocios en el mercado, para así poder diagnosticar soluciones factibles que contribuyan a la creación oportuna de una actividad económica.
- Se recomienda realizar un análisis técnico de costeo la cual permitirá sustentar la idea negocio para posteriormente determinar de manera contable cual va ser el precio de venta al público que tendrá cada uno de los productos, así mismo determinará los costos fijos y costos variables necesarios para la realización del producto y finalmente se verificará de manera técnica el capital que necesita para iniciar con las actividades pertinentes dentro de sus inicios de actividades de negocios.
- Es recomendable realizar estudios financieros y económicos que ayuden a determinar el posicionamiento que va tener principalmente la empresa de producción dentro del entorno industrial a través de un flujo del efectivo en donde de manera técnica y fidedigna se pueda verificar los flujos que tendrá la empresa a cinco años para así establecer con exactitud su liquidez inmediata y posteriormente determinar la tasa interna de retorno, valor actual neto, periodo de recuperación y costo beneficio.

J. BIBLIOGRAFÍA

- Arias Enrique, R. (6 de Enero de 2021). *Estudio estadístico*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-estadistico.html>
- Arias, E. R. (29 de Septiembre de 2020). *Tipos de factibilidad*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-factibilidad.html>
- Bárcena, A. (2020). El imperativo para una recuperación transformadora para el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe. *Revista CEPAL*, 25. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46822/RVE132_Barcelona.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bonilla, A. (10 de Marzo de 2015). *Investigación no Experimental* .
- Carvajal, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores. *Revista Espacios*, 1. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Casas Anguita J. (s.f.). *La encuesta como técnica de investigación*.
- CEPAL. (2016). Perspectivas Económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento. *CEPAL*, 28. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40721/1/LCG2689_es.pdf
- Cervantes. (04 de Noviembre de 2019). *Qué es la contabilidad. Definiciones distintos autores*. Obtenido de contadorcontado: <https://contadorcontado.com/2019/11/04/que-es-la-contabilidad-definiciones-distintos-autores/>
- Cruz, D. (08 de Octubre de 2018). *Tipos de costos* . Obtenido de <http://diegocruz.blogspot.com/2018/10/tipos-de-costos.html>
- Danelly, S. O. (3 de Diciembre de 2019). *Investigación bibliográfica*. Obtenido de investigaliacr: <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion->

bibliografica/#:~:text=(%E2%80%A6)%20la%20metodolog%C3%ADa%20
bibliogr%C3%A1fica%20forma,los%20aspectos%20te%C3%B3ricos%20e%
20hist%C3%B3ricos.

Definición de Análisis de costos. (s.f.). Obtenido de

<https://www.bind.com.mx/Glosario/Definicion/54-analisis-de-costos#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20costos%20es,funci%C3%B3n%20dentro%20de%20la%20empresa.>

Díaz, A. (2018). Estudios del emprendimiento contemporáneo en América Latina.

Ecorfan, 6. Obtenido de

https://www.ecorfan.org/bolivia/series/Estudio_del_emprendimiento_contemporaneo_en_America_Latina/Estudio_del_emprendimiento_contempor%C3%A1neo_en_America_Latina.pdf

DINO, P. P. (2017). *TEORIA DE LA FACTIBILIDAD*. Obtenido de baixardoc:

<https://baixardoc.com/preview/1784089911teoria-de-la-factibilidad-5d1bbf36a60e4#:~:text=Teor%C3%ADa%20de%20la%20Factibilidad%20abarca,los%20objetivos%20o%20metas%20se%C3%B1alados.>

Equipo editorial. (23 de Octubre de 2020). *Investigación Bibliográfica: Definición,*

Tipos, Técnicas. Obtenido de Lidefer: <https://www.lifeder.com/investigacion-bibliografica/>

Equipo editorial, Etecé . (16 de Julio de 2021). *Método cuantitativo* . Obtenido de

Concepto : <https://concepto.de/metodo-cuantitativo/>

ESAN. (24 de 01 de 2017). *Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN).*

Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>

ESAN. (24 de 01 de 2017). *Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN).*

Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van>

Escarcega, D. (12 de Septiembre de 2020). *Investigación de campo.* Obtenido de

QuestionPro: <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html>

- Espinosa, R. (16 de Enero de 2015). *Estrategias de Marketing. Concepto, tipos y ejemplos*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos/>
- Estefania Yermanos, L. C. (2011). *LIBRO "CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA UN ENFOQUE GERENCIAL DE"*. Obtenido de repository.icesi.edu.: https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/66580/1/libro_contable_administrativo.pdf
- Fernandez Chaves, F. (2012). EL ANÁLISIS DE CONTENIDO COMO AYUDA METODOLÓGICA. *revista de Ciencias Sociales*, 1-20.
- Franklin Butriago, L. R. (Septiembre de 2019). *DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE BUFFET DE COMIDAS*. Obtenido de repository: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6727/PROYECTO%20DE%20GRADO%20G.P.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Galán, J. S. (25 de Junio de 2015). *Estudio de Mercado* . Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Hernández Sampiere, R. (2015). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW HILL.
- Herrera, J. (5 de Febrero de 2018). *Las prácticas investigativas contemporáneas. Los retos de sus nuevos planteamientos epistemológicos*. Obtenido de indteca: http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/173
- INEC. (2015).
- Jacobi, R. (08 de Octubre de 2018). *tipos de costos* . Obtenido de <http://diegocruzs.blogspot.com/2018/10/tipos-de-costos.html>
- Kiziryan, M. (28 de Abril de 2015). *Flujo de caja* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Lic. Adm. J. Mónica, T. B. (s.f.). *Costos Fijos*.
- Martínez, V. (2013). *Paradigmas de la investigación*. México: Posgrado Integral en Ciencias Sociales de la Universidad de Sonora. Obtenido de

https://pics.unison.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.

Mascarenhas, G. (2015). La gastronomía como atractivo turístico. *Redalyc.org*, 15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717609011>

MeFinancia. (15 de Octubre de 2018). *¿CÓMO MEDIR LA FACTIBILIDAD FINANCIERA DE UN PROYECTO?* Obtenido de <http://mefinancia.com/medir-la-factibilidad-financiera-proyecto/>

Menesby, E. (s.f.). *MARCO TEORICO DE LOS DE COSTOS*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/7438/1/Fundamentos%20de%20Costos%207-46.pdf>

Mesquita, R. (23 de Julio de 2018). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Pino, A. (2018). Estudios del emprendimiento contemporáneo en América Latina. *Ecorfan*, 6. Obtenido de https://www.ecorfan.org/bolivia/series/Estudio_del_emprendimiento_contemporaneo_en_America_Latina/Estudio_del_emprendimiento_contempor%C3%A1neo_en_America_Latina.pdf

Quiroa, M. (12 de Agosto de 2020). *Estrategia Comercial* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-comercial.html>

Quiroa, M. (2020). Estudio de Factibilidad. *Economipedia*, 10. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>

Rodrigues, N. (22 de Marzo de 2021). *Cómo realizar un análisis de costo-beneficio paso a paso*. Obtenido de [blog.hubspot.es: https://blog.hubspot.es/sales/analisis-costo-beneficio#:~:text=El%20costo%2Dbeneficio%20\(B%2F,o%20costos%20totales%20\(VAC\)\)](https://blog.hubspot.es/sales/analisis-costo-beneficio#:~:text=El%20costo%2Dbeneficio%20(B%2F,o%20costos%20totales%20(VAC))).

Roldán, P. N. (29 de Junio de 2017). *Contabilidad Financiera* . Obtenido de [Economipedia.com: https://economipedia.com/definiciones/contabilidad-financiera.html](https://economipedia.com/definiciones/contabilidad-financiera.html)

- Tatiana, M. J. (27 de Agosto de 2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Obtenido de lifeder :
<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Thompson, I. (Julio de 2014). *Definición de encuesta* . Obtenido de promonegocios.net:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Trujillo, J. E. (12 de Octubre de 2020). *Tipos de investigación*. Obtenido de <https://tiposdeinvestigacion.review/>
- Uriarte, J. M. (9 de Marzo de 2020). *Investigación documental* . Obtenido de Caracteristicas.co. : <https://www.caracteristicas.co/investigacion-documental/>
- Useche, M. (2021). Retos y Desafíos del emprendimiento Ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12. Obtenido de file:///C:/Users/ASUS/Downloads/5165-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(anonimizado)%20(obligatorio)-36234-1-10-20210923.pdf
- Vaquiro, J. D. (19 de Diciembre de 2017). *Tasa interna de retorno - Tir*. Obtenido de <https://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>
- Vega, J. (2016). Documento los estudios de factibilidad para negocios. *Universidad de Mayaguez*, 2.
- Yuraysi Duvergel Cobas, L. E. (14 de Diciembre de 2017). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA DEL PRODUCTO SISTEMA AUTOMATIZADO CUBANO PARA EL CONTROL DE EQUIPOS MÉDICOS*. Obtenido de 3ciencias: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>

K. ANEXOS

Anexo 1

Oficio de Autorización



UNIDAD DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR

!Tecnología Innovación y Desarrollo!



Tena, 17 de junio 2022

Magister
Roxana León
**COORDINADORA DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DEL
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA**
Ciudad. -

De nuestras consideraciones:

Nosotras, **MOLINA LOJA KATHERIN JOHANNA**, portadora de la cédula de identidad N°1550152134 y **GAIBOR ALBIÑO SELENA LISBETH**, portadora de la cédula de identidad N°1501239550, estudiantes de la Carrera de Tecnología Superior Administración del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA, remito a usted el Plan de Trabajo de Integración Curricular, denominado: **INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE "ASHLEY GRILL" EN LA PROVINCIA DE NAPO DE LA CIUDAD DE TENA.**, a fin de que se digne disponer a quien corresponda se emita el informe sobre la estructura y coherencia del documento que se presenta.

Por la atención que sepa dar a la solicitud, expresamos nuestros más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Srta. Johanna Molina
C.I 1550152134

Srta. Selena Gaibor
C.I 1501239550

Adjunto: Plan de Trabajo de Integración Curricular



Anexo 2

Oficio de Permiso de Investigación del restaurante



UNIDAD DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR

Tecnología Innovación y Desarrollo



Tena 16 de junio de 2022

Ingeniera
Betty Alexandra Jaramillo Tiguaña Mg. Sc
RESPONSABLE DE TITULACIÓN DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

Presente. -

De nuestras consideraciones:

Nosotras, **MOLINA LOJA KATHERIN JOHANNA**, portadora de la cédula de identidad N°1550152134 y **GAIBOR ALBIÑO SELENA LISBETH**, portadora de la cédula de identidad N° 1501239550 estudiantes de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA**, nos dirigimos a usted Magister Responsable de Titulación, emitiendo nuestro Proyecto de Trabajo de Integración Curricular, denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE "ASHLEY GRILL" EN LA PROVINCIA DE NAPO DE LA CIUDAD DE TENA**, que será de beneficio personal para conocer su factibilidad al momento de su implementación en el mercado, a fin de que se digne disponer a quien corresponda se emita el informe sobre la estructura y coherencia del proyecto presente.

Por la atención que se digne brindar al presente, hago llegar el debido agradecimiento.

Atentamente,

Srta. Johanna Molina
C.I 1550152134

Srta. Selena Gaibor
C.I 1501239550

Anexo 3

Encuesta Realizada



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

TÍTULO: INFORME FINANCIERO Y ECONÓMICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE "ASHLEY GRILL" EN LA CIUDAD DE TENA DE LA PROVINCIA DE NAPO.

ENCUESTA

La presente encuesta tiene la finalidad de recabar información para la implementación del restaurante "Ashley Grill" en el Parque Lineal de la Ciudad de Tena. Los obtenidos serán usados para realizar un trabajo de titulación. Por favor responder con sinceridad.

1. Género

- Masculino
- Femenino

2. Edad

- Menos de 18
- Entre 18 a 25
- Entre 26 a 35
- Entre 36 a 46
- Más de 47

3. ¿Qué aspectos usted elegiría al consumir?

- Platos a la carta
- Comida rápida
- Menestras
- Embutidos

4. ¿Con qué frecuencia consume platos a la carta?

- Muy frecuente
- Poco Frecuente
- Siempre
- Nunca

5. ¿Cuál ha sido su experiencia al consumir platos a la carta?

				
Satisfecho	Muy satisfecho	Neutral	Insatisfecho	Muy insatisfecho
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6. ¿En qué lugar ha consumido platos a la carta?

- Iguana (Bellavista Baja)
- La Casona (Malecón de Tena)
- Buche Roto (15 de Noviembre)
- Otros

7. ¿Usted en qué se fija primordialmente para el consumo de platos a la carta?

- Precio y Sazón
- Variedad del producto
- Presentación del plato
- Atención al cliente
- Todas las anteriores

8. ¿Qué platos a la carta consume con más frecuencia en un restaurante?

- Hamburguesas Simples
- Hamburguesas Completas (corte de lomo fino, termino $\frac{1}{2}$; $\frac{3}{4}$; bien cocido)
- Alitas BBQ
- Picaditas (lomo fino, pollo, embutidos)
- Parrilladas (chuletas, lomo de falda, pechuga de pollo y embutidos)
- Otros Platos.....

9. ¿Con qué frecuencia consume en un restaurante?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Semestral
- Anual

10. En promedio, ¿Cuánto estaría dispuesto usted a gastar al consumir en un restaurante?

- Menos de 10 dólares
- Entre 11 a 20 dólares
- Entre 21 a 30 dólares
- Más de 30 dólares

11. Le gustaría que se de apertura de un restaurante de platos a la carta por el Parque Linceal de Tena

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. ¿Qué días de la semana le gustaría que se atienda en el restaurante?

- De jueves a sábado
- De viernes a domingo
- De miércoles a domingo
- De lunes a viernes
- Todos los días

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Elaborado por:	
 Selena Lisbeth Gaibor Albiño ESTUDIANTE	 Katherin Johanna Molina Loja ESTUDIANTE
Validado por:	Legalizado:
 Firmado digitalmente por HENRY FABIAN CHANGO CHANGO Ing. Henry Fabián Chango Chango; Mg. TUTOR	 <small>Firmado digitalmente por:</small> BETTY ALEXANDRA JARAMILLO TITUANA Ing. Betty Jaramillo T; Mg. DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR