



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA**

**TITULO:**

**DISEÑO DEL RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUÍDEAS”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA FOMENTAR EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD ATACAPI, PARROQUIA MUYUNA, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO**

Tesis previa a la obtención del grado de Ingeniero en Administración Turística.

**Autor:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Director:** Dra. Rocío del Carmen Toral Tinitana

**Loja- Ecuador**

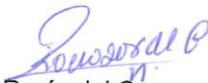
**2017**

DRA. ROCÍO DEL CARMEN TORAL TINITANA.  
**DIRECTORA DE TESIS**

**CERTIFICA:**

Que la presente tesis titulada: **DISEÑO DEL RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUIDEAS”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA FOMENTAR EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD ATACAPI, PARROQUIA MUYUNA, CANTON TENA, PROVINCIA DE NAPO**, desarrollada por el Sr. Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo , ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Loja, noviembre de 2017



Dra. Rocío del Carmen Toral Tinitana.

**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, **Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo**, declaro ser la autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Titulación en el repositorio Institucional-Biblioteca virtual y física.

**Autor:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Firma:**



**Cedula:** 1500936222

**Fecha:** Loja, noviembre de 2017

**CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, **CARLOS XAVIER RIVADENEYRA CHIMBO**, declaro ser autor, de la Tesis Titulada **DISEÑO DEL RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUIDEAS”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA FOMENTAR EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD ATACAPI, PARROQUIA MUYUNA, CANTON TENA, PROVINCIA DE NAPO**, Como requisito para optar al grado de: **Ingeniero en Administración Turística**: Autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera 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.

La universidad nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio total o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de noviembre de 2017 firma la autora.

**Autor:** Carlos Xavier Rivadenebra Chimbo

**Firma:** 

**Cedula:** 1500936222

**Dirección:** Comunidad Atacapi

**Correo Electrónico:** xavierrivas@hotmail.com

**Celular:** 0984367017

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTORA DE TESIS:** Dra. Rocío del Carmen Toral Tinitana.

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

**PRESIDENTA:** Dra. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva

**VOCAL DE TRIBUNAL:** Ing. Melva de Jesús Jaramillo Hidalgo. MAE

**VOCAL DEL TRIBUNAL:** Lic. Katherine Astudillo Balandin. Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de Investigación, lo dedico con mucho amor y cariño a mis hijos: Eduardo, Diego, Kamila, a mis padres: Jaime y Nelly, a mi esposa Karla Elizabeth, que con su apoyo y comprensión, hicieron posible que culmine con éxito mi meta.

Carlos Xavier

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios y a la Virgen María, a las autoridades de la Universidad Nacional de Loja, quienes nos supieron abrir sus puertas para ayudarnos a optar por nuestro grado de Ingenieros en Administración Turística, a los docentes que supieron impartir sus conocimientos en forma desinteresada, para alcanzar la meta deseada.

Así mismo expreso mi agradecimiento a la Dra. Rocío Toral Tinitana, Directora de Tesis, quién me supo guiar y apoyar para culminar con mi trabajo de investigación.

Carlos Xavier

**a. TITULO:**

**DISEÑO DEL RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUIDEAS”,  
MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA  
FOMENTAR EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD  
ATACAPI, PARROQUIA MUYUNA, CANTON TENA, PROVINCIA DE  
NAPO.**

## **b. RESUMEN**

La Parroquia rural Mayuna, del cantón el Napo se identifican como Kichwa Amazónico, la misma que aporta con elementos culturales que deben ser rescatados, valorizados y aplicados, como por ejemplo la medicina ancestral, costumbres, tradiciones, música, danza, gastronomía tradicional y formas de organización comunitaria son aspectos que fortalecen su identidad de la riqueza cultural Kichwa de Napo.

Dentro de la Gastronomía se destaca las bebida típicas como son Chunda Aswa, Allu Aswa, Varapo Aswa, Ipañaku, Sara api, Instsik Aswa, Waysa, Lumu Azwa, Shiwamuy Azwa: comidas típicas como es el Maito: ayampacos, vio panga, Ilaqui panga, Maytu de garabato yuyo, Maytu de chonta yuyo (maytu de palmito), Maytu de chonta curo, Aychaguamaytu, Lumuchakatu (mazamorra de guanta), Sikukatu, Armallukatu; Caldo de Kichwa: Yacupi yanuschka shiquitu, Yacupi yanushka andia, Yacupi yanushka churu, entre otros, lo que motivo a que se lleve a efecto el presente estudio , cuyo objetivo principal fue el de Diseñar el restaurante “estancia de las Orquídeas”, mediante la elaboración del Plan de Negocios para fomentar el desarrollo del turismo en la comunidad Atacapi, parroquia Muyuna, cantón Tena, provincia de Napo, para lo cual se utilizaron algunos métodos como el analítico sintético, descriptivo, inductivo-deductivo y el análisis estadístico; así mismo algunas técnicas, como la revisión bibliográfica y la encuesta, mismas que permitieron recopilar la información necesaria para la el desarrollo de la investigación.

En base a la recopilación de la información se procedió a realizar el análisis de los diferentes estudios obteniendo resultados en cada una de sus etapas, es así que la evaluación financiera arrojó los siguientes resultados: el Valor actual neto que dio un valor \$.363.822,38, lo que significa que es mayor que la inversión de \$.113.758,04; la Tasa Interna de Retorno del 64.95% que es mayor al costo de oportunidad del 14%, el período de recuperación de capital que se lo va a realizar en 1 año, 9 meses y 19 días, la Relación Beneficio/Costo que arroja una rentabilidad de \$1.06, por cada dólar invertido, y el análisis de sensibilidad que soportó un incremento en los costos del 59% y una disminución en los ingresos de 29.5%, lo que significa que el proyecto no es sensible por consiguiente el mismo es rentable.

Palabras Claves: Proyectos, Diseño, Gastronomía

## ABSTRACT

The Mayuna rural parish, of the Napo canton, identifies itself as Kichwa Amazónico, the same one that contributes with cultural elements that must be rescued, valued and applied, such as ancestral medicine, customs, traditions, music, dance, traditional gastronomy and forms of community organization are aspects that strengthen their identity of Kichwa cultural wealth of Napo. Within the Gastronomy stands out the typical drinks such as Chunda Aswa, Allu Aswa, Varapo Aswa, Ipañaku, Sara api, Instsik Aswa, Waysa, Lumu Azwa, Shiwamuy Azwa: typical foods such as Maito: ayampacos, saw panga, Ilaqui panga , Maytu of garabato yuyo, Maytu of chonta yuyo (maytu of palmito), Maytu of chonta curo, Aychaguamaytu, Lumuchakatu (mazamorra of guanta), Sikukatu, Armallukatu; Kichwa broth: Yacupi yanuschka shiquitu, Yacupi yanushka andia, Yacupi yanushka churu, among others, which led to the carrying out of the present study, whose main objective was to design the restaurant "Estancia de las Orquídeas", through the elaboration of the Business Plan to promote the development of tourism in the Atacapi community, Muyuna parish, Tena canton, Napo province, for which some methods were used such as synthetic, descriptive, inductive-deductive analytical and statistical analysis; likewise, some techniques, such as the bibliographic review and the survey, which allowed gathering the necessary information for the development of the investigation. Based on the information collection, an analysis of the different studies was carried out, obtaining results in each one of its stages, so that the financial evaluation showed the following results: the net present Value that gave a value of \$ .363,822, 38, which means that it is greater than the investment of \$ .113,758.04; the Internal Rate of Return of 64.95% that is greater than the opportunity cost of 14%, the period of capital recovery that will be carried out in 1 year, 9 months and 19 days, the Benefit / Cost Ratio that yields profitability of \$ 1.06, for each dollar invested, and the sensitivity analysis that supported an increase in costs of 59% and a decrease in revenues of 29.5%, which means that the project is not sensitive therefore it is profitable. Keywords: Projects, Design, Gastronomy

### **c. INTRODUCCIÓN**

La Gastronomía se ha convertido en una forma de expresión cultural, por cuanto a través de los diferentes platos típicos que se ofertan en los diferentes lugares de la Amazonía se identifican a las comunidades en su cultura y tradiciones, dando mayor realce al sector, razones por lo que los turistas nacionales como extranjeros suelen acudir a diferentes sitios de la Amazonía, para deleitarse con éstos platos típicos y de esa forma conocer su cultura, costumbres y tradiciones.

La gastronomía de la parroquia Muyuna, se caracteriza por ser típica del lugar ya que está compuesta por productos naturales y autóctonos, ofreciendo una alimentación sana con un delicioso sabor y cálido aroma.

Es importante destacar que en la parroquia objeto de estudio no existe un restaurante que oferte el servicio de gastronomía, pese a la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que ingresan al lugar y a la existencia de la Universidad de IKIAM (selva en lengua Shuar) que funciona en dicho sector. Por lo tanto es una oportunidad que se presenta para poder explotar este nicho de mercado y razón a que motivo realizar el estudio para el Diseño del restaurante “estancia de las Orquídeas”, mediante la elaboración del plan de negocios para fomentar el desarrollo del turismo en la comunidad Atacapi, parroquia Muyuna, cantón tena, provincia de Napo y de esta forma fomentar el desarrollo turístico del sector, motivando a los pobladores del mismo a crear emprendimientos que se encuentren vinculados al turismo, para mejorar de esa forma su nivel de vida y con ello contribuir al desarrollo de la parroquia, cantón, provincia y país.

La presente investigación se encuentra estructurada de la siguiente forma:

El título que engloba la totalidad del trabajo de investigación

El Resumen que trata de un extracto de la investigación

La introducción que hace referencia a la estructura misma del trabajo.

La Revisión de literatura que está relacionada al marco referencial donde se analiza la situación geográfica de la Provincia, Cantón y Parroquia: el marco teórico que habla de los proyectos de inversión, los mismos que fundamentan el trabajo que se realizó.

En los materiales y métodos se hace referencia cuáles fueron los materiales que se utilizaron y los métodos que se utilizaron en cada uno de los elementos del trabajo, así como las técnicas que permitieron recopilar información primaria y secundaria.

En los resultados se presenta el análisis del Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Análisis Económico-Financiero.

En la discusión se presenta la evaluación financiera a través de los diferentes indicadores financieros, como son el VAN, LA TIR, RELACION BENEFICIO/COSTO, PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

Posterior se presentan las conclusiones y recomendaciones producto del desarrollo del trabajo investigativo.

Así mismo se presenta la bibliografía que permitió fundamentar la Revisión de Literatura e identificarnos con la teoría que nos ayudó con el desarrollo de la investigación; y por último los anexos.

## **d. REVISION DE LITERATURA**

### **d.1. MARCO REFERENCIAL**

#### **ANTECEDENTES PROVINCIA DEL NAPO**

La Provincia de Napo se halla en la región amazónica ecuatoriana, lugar marcado por una alta diversidad biológica, propicio para admirar paisajes impresionantes como la Cascada de San Rafael o lugares para meditar en la paz del bosque, sitio para conocer costumbres y tradiciones de los pueblos quichuas amazónicos que mantienen su forma de vida y muestran a los turistas una perfecta combinación de sol, playa y mar, acompañado de su exótica gastronomía.

La provincia de Napo es una de las provincias de la Región Centro Norte, de la República del Ecuador, situada en la región amazónica ecuatoriana e incluyendo parte de las laderas de los Andes, hasta las llanuras amazónicas. Toma su nombre del río Napo. Su capital es la ciudad de Tena. Las opciones para conocer son muchas, entre ellas, la calidez de los colonos y nativos que se expresa con una sonrisa a los visitantes. La provincia de Napo, territorio Ecológico y Turístico es el mágico portón de luz para ingresar a la región amazónica norte del Ecuador. Recorrerla es un acontecimiento inolvidable. Sus sitios naturales y manifestaciones culturales la convierten en uno de los mejores destinos turísticos del mundo. **Fuente especificada no válida.**

#### **Límites**

Limita al norte con Sucumbíos, al sur con Pastaza, al oeste con Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua y al este con la Provincia de Orellana.

#### **Turismo**

Dentro de los lugares turísticos que posee la provincia de Napo, existen los lugares turísticos naturales, culturales y religiosos.

La Catedral de Tena

El Parque Amazónico La Isla (PALI)

Monumento a Jumandy

Parque Central de Archidona

Iglesia de Archidona

Baeza Antigua

Bosque tropical en las cercanías de Tena.

Parque Nacional Sumaco: queda en el noroeste de la provincia del Napo.

Reserva Ecológica Antisana: queda en el occidente de la provincia del Napo.

Reserva Ecológica Cayambe Coca: queda en el norte de la provincia del Napo.

Parque Nacional Llanganates: En el sur de la provincia Napo queda la entrada oriental al parque. Un punto de entrada es el pueblo de Talag.

Papallacta: queda entre Quito y Baeza y es famoso por sus baños de agua caliente, donde se puede descansar del viaje. La laguna de Papallacta forma la reserva de agua potable de Quito y en sus alrededores hay truchas para pescar y lagunas para bañarse.

Cascada San Rafael: es una de las cascadas más grandes de la zona oriental del Ecuador. La cascada, ubicada en el río Coca, tiene una caída de más de 150 metros. La entrada a la cascada San Rafael se encuentra justo en el límite de las provincias Napo y Sucumbíos en la carretera Quito - Nueva Loja (lago Agrio). Se camina una media hora desde la carretera a la cascada, y en el camino se puede observar una rica flora y aprovechar un baño en pequeña cascadas de agua cristalina.

## **Desarrollo Social**

### **Gastronomía**

**El plato típico es el masato**, a base de yuca y plátano, otros platos comunes es el chontacuro (un gusano) y el uchamango con ají.

**Chicha de Chonta:** Bebida utilizada por los indígenas en rituales y festividades, consiste en cocinar la chonta, pelarla, sacar la semilla y se muele en los batanes (batea de madera especial) luego se tritura con la ayuda de piedras

**Maito de guanta:** Se elabora de guanta: consiste en envolver estas carnes, en hojas de platanillo o bijao (similar a la hoja de plátano) luego colocarlo sobre el fogón.

**Maito de tilapia:** Consiste en cocinar al carbón similar al de guanta, va acompañado de yuca, cebolla, tomate y chicha de chonta.

## **CANTON TENA**

Tena "Capital del País de la Canela". o también conocida como San Juan de los Dos Ríos del Tena. Se encuentra ubicada en la Región Amazónica, a tres horas y media de la ciudad de Quito y a tres horas de la ciudad de Ambato. Su principal actividad es el turismo, debido a que cuenta con una diversidad de atractivos naturales y manifestaciones culturales que se ubican en cada una de las parroquias las mismas que poseen características especiales que permiten a los visitantes conocer su historia y tradiciones de las etnias Kichwa y Huaorani. La agricultura, el comercio en general y su gente amable y hospitalaria, hacen de este lugar, un destino para descansar y disfrutar al máximo de su biodiversidad natural y cultural. Fuente especificada no válida.

### **Lugares Turísticos**

**La Iglesia Catedral de Tena:** Es de tres naves y de estilo moderno donde predomina la línea parabólica, con arcos esbeltos y elegantes. Sobre el Altar mayor se destaca un enorme y artístico crucifijo traído de Roma. Sobre su torre se colocaron cuatro grandes campanas fundidas en Bérgamo, donación de los misioneros de Italia.





**Parque Amazónico la Isla:** Posee un muestrario de plantas y animales de la Amazonía ecuatoriana y es un referente de lo que posee el cantón en su biodiversidad biológica, se encuentra en el centro de la ciudad, en la confluencia de los ríos Tena y Pano.

**Cascada de Latas:** Ubicada en la parroquia de Misahuallí a 20 minutos de la ciudad de Tena, en la vía que conecta Tena - Puerto Napo - Puerto Misahuallí, posee tres cascadas impresionantes, senderos en medio de la selva, una gran variedad de aves y mariposas que dan colorido al lugar, además se puede encontrar un pequeña caverna al ingreso del sendero, el río Umbuni donde nacen sus cascadas significa río de Viejas (pequeños peces que habitan los ríos).



**Puerto Misahuallí:** Es conocido como el principal puerto turístico de la Amazonía, se encuentra a 40 minutos de la ciudad de Tena, en la confluencia de los río Napo y Misahuallí forman una impresionante playa para descansar, realizar deportes y disfrutar al máximo de sus aguas, los monos que dan alegría a la playa constituyen sus principales atractivos por conocer, hay muchas cosas, lugares y comunidades alrededor del pueblo, quienes invitan a compartir experiencias entre ellos y la que gente que los visita.

**Turismo Comunitario:** Es una propuesta de las comunidades Indígenas de la nacionalidad Quichua y Waorani que ponen en consideración de turistas nacionales y extranjeros la convivencia y compartir experiencias entre los visitantes y los residentes, sus costumbres, tradiciones, mitos y su forma de vida, es una de las joyas



más preciosas que tiene Tena, existen más de 18 comunidades que se dedican a este tipo de actividades, hay mucho por mostrar y conocer, solo es cuestión de querer aprender todo lo que encierra la selva y sus misterios.



**Laguna Waysayacu:** Se encuentra en la parroquia de Talag, a 50 minutos de la ciudad de Tena, en la vía a Cando, en los límites del Parque Nacional Llanganatis, es uno de los principales atractivos visitados por propios y extraños, con sus aguas cristalinas y un amplio espacio para disfrutar y recrearse. Es un paraíso por conocer, en la desembocadura con el río Jatunyacu, se encuentran unas

impresionantes piedras que dan a un paisaje único en la provincia de Napo, además de que en este río se practica el deporte de Rafting y Kayaking, para disfrutar al máximo de su naturaleza.

**Bosque Protector Colonso:** Se encuentra ubicado en la parroquia de Tena, en la vía que comunica a Alto Tena con la planta de tratamiento de agua, es un área con una alto índice de biodiversidad, entre sus joyas escondidas se encuentra la cascada de Pachmbi, que quiere decir el agua donde hay mucho pachin (un pez de la Amazonía), con una altura de más de 30 metros, sus aguas cristalinas y el cantar



de sus aves, es un paraíso por descubrir, si se tienen suerte se puede apreciar

al oso de Anteojos, para ello se tiene que caminar en silencio, tener buenos ojos para ver en el follaje de la selva y paciencia. A tan solo 45 minutos de la ciudad de Tena.

**Actividades que se pueden practicar:** Se puede practicar rafting, kayak, tubing, canyoning, trekking; eventos culturales como: música kichwa, danza, shamanismo, visita a los petroglifos, observación de aves, comidas típicas entre otras.

### **Alimentación**

#### **Restaurantes:**

2 de primera categoría

2 de segunda categoría

15 de tercera categoría

4 de cuarta categoría.

#### **Sodas bar**

3 fuentes soda bar de tercera categoría

#### **Cafeterias**

2 tercera categoría

2 de cuarta categoría

#### **Bares**

13 de tercera categoría.

#### **Comida típica**

**Chicha de Chonta:** Bebida utilizada por los indígenas en rituales y festividades, consiste en cocinar la chonta, pelarla, sacar la semilla y se muele en los batanes (batea de madera especial) luego se tritura con la ayuda de piedras pesadas.

**Maitos:** Se elabora de carnes de: guanta, guatusa y de pescado: consiste en envolver estas carnes, en hojas de platanillo o bijao (similar a la hoja de plátano)

luego colocarlo sobre el fogón. Garabato Yuyo (especie de helecho): Se lo cocina y se sirve como ensaladas, estofados de carne o tortilla (con huevos).

## **Grupos Étnicos**

Existen dos nacionalidades Kichwas y Huaorani

### **Los Napo-Kichwa o Napo Runas**

Habitan la provincia de Napo, en los cantones:

Cantón Tena: parroquias de: Tena (cabecera cantonal), Ahuano, Chontapunta, Pano, Pto. Napo, Pto. Misahuallí y Talag;



Cantón Archidona: parroquias de Cotundo y San Pablo de Ushpayacu.

Cantón Quijos, parroquia Papallacta.

Cantón Carlos Julio Arosemena Tola, parroquia Carlos Julio Arosemena Tola.

Los Kichwa se definen a sí mismos como Runas (personas, seres humanos) y si bien su proceso de constitución es resultante de intensas y continuas relaciones inter étnicas, mantienen una serie de elementos que les permiten diferenciarse, incluso al interior de los propios Kichwas; así, los Kichwa del Napo expresan una dualidad étnica que se manifiesta en dos conceptos identitarios opuestos, el de Ali Runa o del buen indio cristiano, frente al de Sacha Runa o habitante de la selva.

## Los Huaorani



Llamados peyorativamente "aucas", los Huaorani han sido conocidos principalmente en relatos de corte misionero. Tradicionalmente, fueron un pueblo de hábiles cazadores y de guerreros, que ocupaban un hábitat básicamente interfluvial. Su economía, organización social y mundo espiritual son

modelo asombroso de adaptación continua al medio.

## PARROQUIA MUYUNA

**Ubicación Geográfica:** La parroquia de San Juan de Muyuna, pertenece al cantón Tena, se encuentra ubicado al noroccidente de la capital provincial de Napo.



## Ubicación Geográfica y límites

Fecha de Creación 20 de enero del 2011.

Población al 2015 Número de habitantes: 5362 (según INEC 2010)

Proyección 2015: 6727 (según INEC tasa de crecimiento 4.34%)

## Ubicación Geográfica UTM Zona 17S, Datum WGS 84

| Coordenadas | X      | Y       |
|-------------|--------|---------|
| Norte       | 175105 | 175105  |
| Sur         | 182990 | 9889262 |
| Este        | 185280 | 9893134 |
| Oeste       | 161838 | 9895906 |

### Limites

**Norte:** Parroquia urbana Archidona y Parroquia Cotundo

**Sur:** Parroquia Pano

**Este:** Parroquia Urbana Tena y Archidona

**Oeste:** Parroquia Pano y Parroquia Cotundo

**Extensión Área:** 18.496,74 Has.

**Rango Altitudinal:** 520 a 2440 msnm

**Densidad poblacional:** 33 hab/Km2 **Fuente especificada no válida.**

### Turismo

La Parroquia San Juan de Muyuna, cuenta con la presencia de tres clases de turistas local, nacional y extranjeros, el turismo local visitan los fines de semana, mientras el turismo nacional y extranjero visitan en los meses de Julio y Agosto por vacaciones estudiantiles.

El transporte vial terrestre de primer orden construidos durante los últimos años y la presencia del aeropuerto y la Universidad IKIAM se ha reflejado el incremento de turismo en la zona de la provincia, especialmente en la parroquia San Juan de Muyuna. Los atractivos turísticos existentes en la parroquia son el patrimonio natural y cultural tangible e intangible existe en la zona como: cascadas, ríos, piedras jeroglíficas, miradores, la cultura kichwa, cabañas,

balnearios, hostales entre otros, que todavía falta inventariar y que las empresas privadas existentes hace falta participar a los habitantes de la zona.

Es importante incentivar a formar empresas de emprendimiento familiar, comunitario o privada, una vez inventariado y valorado los atractivos turísticos de la zona en la Dirección de turismo del GAD Municipal y Ministerio de Turismo, ya que esto permitirá el cambio de la matriz productiva en el territorio parroquial.  
Proyectos emblemáticos.

| Cuadro 13: Patrimonio Cultural Tangible, Intangible y Natural |                          |                        |   |   |                                      |                            |
|---|--------------------------|------------------------|---|---|--------------------------------------|----------------------------|
| COMUNIDAD   | PATRIMONIO TANGIBLE      | ORGANIZACIÓN/CATEGORIA | PATRIMONIO INTANGIBLE   | ORGANIZACIÓN/CATEGORIA                          | PATRIMONIO NATURAL                   | ORGANIZACIÓN/CATEGORIA     |
| San Sebastian   |                          |                        | Artesanias  | Tècniques artesanales tradicionales             |                                      |                            |
|   |                          |                        |   |   | Supay Pakcha<br>Mirador Cerro Chiwta | MAE                        |
| Calvario  | La cruz de Chiwta        | Bienes inmuebles       | Mito Urku   | Tradiciones y expresiones orales                | Mirador Mangallpa Yaku               | Sitios Naturales           |
|   |                          |                        |   |   | Cueva los Tayos                      |                            |
|   |                          |                        |   |   | Cueva boca del Samàn                 |                            |
| Alto Tena   |                          |                        | Elaboración de Bisuteria  | Comunitaria/Tècniques artesanales tradicionales | Reserva Biològica Colonso            | Sitios Naturales           |
|   |                          |                        |   |   | Cascada Pashimbi                     |                            |
| Puma Rumi   | Petroglifos Puma Rumi    | Bines Inmuebles        | Leyenda Tuklla Rumi   | Tradiciones y expresiones orales                | Petroglifos Puma Rumi                | Manifestaciones culturales |
|   | Petroglifos Kuyllur Rumi |                        |   |   | Petroglifos Kuyllur Rumi             |                            |
| Chambira  |                          |                        | Danza Chambira Kawsay   | Artes del Espectàculo                           | Piedra grande                        | Sitios Naturales           |
|   |                          |                        |   |   | Balneario Peña colorada              |                            |
| San Pedro   |                          |                        | Grupo Folklorico Wawkipuras   | Artes del Espectàculo                           | Balneario los cedros                 | sitios Naturales           |
|   |                          |                        | Uchu Panka Urku   | Tradiciones y expresiones orales                | Mirador Uchu panka Urku              |                            |
|   |                          |                        |   |   | Balneario Cabañas Rio del Sol        |                            |
| MUYUNA  |                          |                        | Grupo de danza Mushuk Ñampi   | Privado artes del espectàculo                   | Balenario Muyuna                     |                            |
|   |                          |                        | Paktachina  | Usos Sociales                                   |                                      |                            |
|   |                          |                        | Ñusta Warmir  | Rituales y actos festivos                       |                                      |                            |
|   |                          |                        | Preparación del maito de carachama, tilapia, mazamorra, chicha de yuca. |   |                                      |                            |
|   |                          |                        | Shaman (Mariano Cerda)  |   |                                      |                            |
|   |                          |                        | Leyenda Pasu Urko   | Tradiciones y expresiones orales                |                                      |                            |
| Fuente: GAD PARROQUIAL MUYUMA                                 |                          |                        |   |   |                                      |                            |
| Elaboración: El Autor   |                          |                        |   |   |                                      |                            |

Los principales atractivos turísticos que sobresalen son los petrogriflos, cascadas, miradores naturales, balnearios y curvas, esta belleza natural es acompañada de un clima excepcional, que permite a los turistas locales, nacionales y extranjeros a disfrutar del ambiente natural.

Así como de las expresiones culturales intangibles de la población como medicina natural, shamanismo, artesanía, música, danza y variedad gastronómica kichwa, que deben ser potenciadas para mejorar la economía de la zona, otras, actividades de aventura pueden ser caminatas hacia las cavernas, cascadas y rafting en el río Tena.

## **d.2. MARCO TEORICO**

### **Proyectos de inversión**

Es el conjunto de informaciones que permite tomar decisiones para la asignación de recursos (Humanos, materiales, económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor, que la tasa de interés de oportunidad, el costo de oportunidad de la inversión, o el costo de capital.

### **Estudio de mercado**

Según Naresh Malhotra (1997). Clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

### **Análisis de la demanda**

“Aquí se determinan las cantidades del producto que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del producto, y el análisis de

ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro”. (NASSIR SAPAG, 2005)

### **Tipos de demanda**

Uno de los factores decisivos para el éxito de nuestro proyecto, es que nuestro producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera te va a permitir ingresar al mercado y la segunda crecer. En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

#### **Demanda Efectiva**

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esta sería la demanda real.

#### **Demanda satisfecha**

Es la demanda en la cual el público a logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque se queda conforme y se accedió al producto) .

#### **Demanda Aparente**

Es aquella demanda que se genera según el número de personas.

## **Demanda Potencial**

Es la demanda total del mercado, la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real.

## **Estrategias de Marketing**

### **Producto o Servicio**

Es el arma que nos va a permitir conquistar el segmento de mercado que nos hemos trazado como objetivo. Esto es muy importante, pues muchos emprendedores basan su idea de empresa sobre un producto muy concreto. Si bien esto no es bueno ni malo a priori, conviene tenerlo muy presente ya que tarde o temprano ese producto habrá que abandonarlo y trabajar otros productos distintos, según la etapa del ciclo de vida en que se encuentre, por lo tanto el servicio que va a ofertar la nueva unidad productiva está en función de dar un servicio, eficiente y confortable a los turistas que visiten el cantón Tena, parroquia Puerto Napo.

### **Precio**

Es la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por un producto o servicio, se presenta como la única variable que genera ingresos a la empresa, sus variables son: costos, competencia, nivel de precio, demanda, fijación de precio y ciclo de vida del producto de acuerdo a estas variables el precio que se ofrece de un producto al final solo el consumidor decidirá si lo adquiere o no.

## **Plaza (Distribución)**

La distribución incluye todas las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del cliente final para su consumo. El objetivo de la distribución es la penetración del mercado mediante canales de distribución como intermediarios que permiten hacer llegar el producto al consumidor final. El canal de distribución es el enlace entre fabricante y consumidor de sus necesidades y deseos de acuerdo a la cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística se garantiza que la distribución haga llegar el producto o servicio al lugar y momento adecuado.

## **Promoción**

Es una herramienta o conjunto de técnicas que se confirman una de las variables controlables de la mercadotecnia cuyo objetivo es informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto, la mezcla promocional se presenta mediante la venta personal, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y propaganda, estas variables son la mayoría de las veces la función principal de la mercadotecnia pues no solo describen las características de un producto sino que se encargan de provocar la necesidad del consumidor hacia el producto que se oferta.

## **ESTUDIO TECNICO**

El objetivo del Estudio Técnico es diseñar como se producirá aquello que se va a ofertar en el mercado. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede

investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- ✓ Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- ✓ Donde obtener los materiales o materia prima.
- ✓ Que máquinas y procesos usar.
- ✓ Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos. (BACA URBINA, 2010)

### **El tamaño del proyecto**

En el mundo empresarial encontramos micro, pequeña, mediana y gran empresa. Entonces uno de los aspectos que debemos considerar es la magnitud de nuestro proyecto ¿hacia dónde va? Una micro, pequeña, mediana o gran empresa, todo ello va a depender del objetivo del productor y de su capacidad de inversión.

### **Localización del proyecto**

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo, lo cual muchas veces no sucede con la empresa informal y lo grave de la informalidad es que muchas empresas que operan dentro de la clandestinidad ofrecen productos que al final atentan contra la integridad física del consumidor, así

tenemos por ejemplo el caso de los embutidos cuya materia prima es carne de caballo, de burro, de perro y en el peor de los casos la materia prima proviene animales que viven en los basurales (chillan); es horripilante, pero se dan esos casos en nuestro país y no es el único, son muchos, así tenemos en los chupetes, conservas de pescado, golosinas, licores, etc.

Entonces hay un problema de honestidad que ha alcanzado a todos los niveles de nuestra sociedad, en tal sentido la formalidad de alguna manera le podría dar al consumidor cierta garantía que lo que consume es un producto de una calidad aceptada.

Por lo tanto de acuerdo a lo descrito anteriormente, es necesario que nuestro proyecto a realizar contemple un domicilio fiscal para nuestra empresa, si es necesario indicarlo gráficamente (croquis).

### **Factores determinantes de la localización**

Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación del proyecto, existen factores que al final pueden influir en la decisión final, así tenemos:

- ✓ La política tributaria del gobierno
- ✓ La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- ✓ La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono)
- ✓ La existencia de mercados insatisfechos y potenciales
- ✓ Disposiciones municipales

- ✓ Mano de obra disponible
- ✓ Costo del transporte
- ✓ Existencia de universidades, institutos, colegios

**Macro localización**, también llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.

**Micro localización**, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona

## **INGENIERIA DEL PROYECTO**

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, así tenemos:

## **Tecnología**

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc, en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, bordadoras, etc. (PASACA MORA, 2017)

## **Procesos productivos**

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

## **Diagramas de flujo**

Un diagrama de flujo es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa.

Son de gran importancia ya que ayudan a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este. En la actualidad los diagramas de flujo son considerados en la mayoría de las empresas como uno de los principales instrumentos en la realización de cualquier método o sistema.

### **Infraestructura**

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- ✓ El área del local
- ✓ Las características del techo, la pared y de los pisos
- ✓ Los ambientes

La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales).

### **Determinación de necesidades de insumos**

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a

depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer (proyecto).

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL DE LA EMPRESA**

Es importante que toda persona que es parte de una empresa o que vayan a emprender en una empresa, conozca cuál es la definición de empresa para que tenga una idea clara acerca de cuáles son sus características básicas, funciones, objetivos y elementos que la componen.

#### **Empresa**

Una empresa es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la constitución continua de empresas. En general, se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

### **ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL DE UNA EMPRESA**

Toda empresa cuenta con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer

que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato. Esto permite ubicar a las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en los puestos.

Toda organización cuenta con una estructura, la cual puede ser formal o informal. La formal es la estructura explícita y oficialmente reconocida por la empresa (orgánico-funcional). La estructura informal es la resultante de la filosofía de la conducción y el poder relativo de los individuos que componen la organización, no en función de su ubicación en la estructura formal, sino en función de influencia sobre otros miembros (organigramas).

## **ORGANIGRAMA**

Es una representación gráfica de la organización de la empresa o de parte de ella. Agrupa las actividades de la empresa y los niveles jerárquicos que existen, por lo tanto, representa la organización formal de la empresa.

Es una gráfica estadística, lo que significa que corresponde a una radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no muestra su funcionamiento ni su dinámica.

## **NIVELES JERÁRQUICOS**

Dentro de la estructura orgánica-funcional de una empresa existen los siguientes niveles jerárquicos:

### **Nivel directivo**

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normar procedimientos que debe seguir la organización.

Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

### **Nivel ejecutivo**

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y

auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente.

### **Nivel asesor**

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

### **Nivel auxiliar o de apoyo**

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

### **Nivel operativo**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

## **ESTUDIO FINANCIERO<sup>1</sup>**

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

### **Inversiones**

#### **Fijas**

Es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. También se le llama formación bruta de capital fijo. Las principales clases de inversión fija son equipo y maquinaria (maquinaria, equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina). Para calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

---

<sup>1</sup> BACA URBINA, Gabriel. 2000. **Evaluación de Proyectos**. Mc. Graw Hill. México.

## **Diferidas**

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo.

## **Capital de Trabajo**

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.

Para calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

## **Financiamiento**

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o

proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

### **Elementos Básicos de Financiamiento**

Cuando se cita la dirección deficiente como la razón más frecuente por la cual fracasa un negocio, el es suficiente tener financiamiento; el conocimiento y la planificación son financiamiento inadecuado o a destiempo es el segundo. Ya sea que esté comenzando un negocio o expandiéndolo, disponer de suficiente capital es esencial. Pero no requisitos para manejarlo bien. Estas cualidades asegurar al empresario ahorrarse errores comunes como obtener un tipo de financiamiento equivocado, calcular mal la cantidad necesaria, o subestimar el costo de pedir dinero prestado.

⇒ Capital Propio

⇒ Capital Ajeno

### **Presupuestos**

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. (ZAPATA SANCHEZ, 2016)

### **Costo de producción**

Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

### **Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo**

Sueldos y cargas sociales del personal de producción.

Depreciaciones del equipo productivo.

Costo de los servicios públicos que intervienen en el proceso productivo.

Costo de envases y embalajes.

Costos de almacenamiento, depósito y expedición.

### **Costo de comercialización**

Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes. Por ejemplo: Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.

Comisiones sobre ventas, Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería,

Seguros por el transporte de mercadería, Promoción y Publicidad, Servicios técnicos y garantías de post-ventas.

### **Costo de administración**

Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo:

Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa; Honorarios pagados por servicios profesionales, Servicios Públicos correspondientes al área administrativa, Alquiler de oficina, Papelería e insumos propios de la administración

### **Costo de financiación**

Es el correspondiente a la obtención de fondos aplicados al negocio. Por

ejemplo: Intereses pagados por préstamos.

Comisiones y otros gastos bancarios.

Impuestos derivados de las transacciones financieras.

### **Costos fijos**

Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa. Por ejemplo: Alquileres, amortizaciones o depreciaciones, seguros, Impuestos fijos, servicios públicos (Luz, Teléfono, Gas, etc.), sueldo y cargas sociales de encargados, supervisores, gerentes, etc.

### **Costos variables**

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo: Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto), Materias Primas directas, Materiales e Insumos directos, Impuestos específicos, Envases, Embalajes y etiquetas, Comisiones sobre ventas.

Se aplican algunos métodos de evaluación que toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y la relación Beneficio Costo principalmente.

## **Flujo de Caja**

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos de las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

## **Evaluación Financiera**

### **Valor actual neto**

El Valor Actual Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados de la inversión inicial. La tasa utilizada para descontar los flujos es la tasa del costo de capital por la tasa de interés otorgada que es el 10%.

Los criterios de decisión son:

Si el Van es positivo se debe realizar el proyecto.

Si el Van es negativo se rechaza el proyecto.

Si el Van es cero es indiferente su ejecución.

### **Fórmula del factor de actualización:**

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

$$\mathbf{VANP = \sum VA(1 \text{ a } 10) - INVERSIÓN}$$

## Tasa Interna de Rendimiento

Se define la TIR como la tasa de descuento (  $i$  ) que hace que el valor actual de los flujos netos de Caja positivos sea igual a la inversión.

A la TIR se la utiliza como un criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto considerando:

Si la TIR es  $>$  que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto

Si la TIR es  $=$  que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es propia del inversionista.

Si la TIR es  $<$  que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Para proceder al cálculo de esta utilizamos la siguiente formula

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

## Período de Recuperación de Capital

Permite determinar el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera inversión}}$$

## **Relación Beneficio/Costo**

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, con lo cual se determina la factibilidad del en base a los siguientes criterios:

RB/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto.

RB/C igual que 1 es indiferente realizar el proyecto.

RB/C menor que 1 no se debe realizar el proyecto.

## **Análisis de Sensibilidad**

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es:

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el proyecto no sufre ningún efecto.

Cuando en coeficiente de sensibilidad es menor que uno, no es sensible.

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

## **e. MATERIALES Y METODOS**

### **e.1. Materiales**

En el desarrollo de la investigación se utilizaron los siguientes materiales:

Útiles de oficina

Equipos de oficina

Diseños de la encuesta

### **e.2. Métodos**

Se utilizaron los siguientes métodos:

#### **Método analítico sintético**

Permitió que el diseño del restaurante, mediante la elaboración del plan de negocios, incida al proponer el plan de desarrollo del turismo en la comunidad de Atacapi, en sus correspondientes variables, indicadores y subindicadores, para luego integrar los datos encontrados y proporcionar una visión global de las relaciones que existen entre cada una de las variables que se investigaron.

#### **Método Descriptivo**

Permitió contar con una visión general para el diseño del restaurante, la elaboración del plan de negocio, para que esto sirva como aporte en la ubicación y orientación de los turistas en la comunidad de Atacapi, parroquia Muyuna.

#### **Método inductivo-deductivo**

Es el proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observación. Lo que permitió obtener información de fuentes primarias y secundarias.

### **Método explicativo**

Permitió contar con una comprensión adecuada de la fundamentación teórica, metodológica y técnica que orienta el proceso del diseño del restaurante y elaboración del plan de negocios y por ende el aporte que se dará al plan de desarrollo turístico.

### **Método de análisis estadístico**

Para demostrar la expresión cualitativa de los indicadores previstos este método ayudo a realizar la presentación de cuadros y gráficos estadísticos, así como los diferentes cálculos para los presupuestos y presupuestos.

### **e.3. Técnicas**

Se aplicaron las siguientes técnicas:

#### **Recolección bibliográfica**

Se la aplico durante todo el proceso investigativo, y que permitió fundamentar principalmente la Revisión de Literatura y los diferentes conceptos utilizados en la tesis.

#### **La encuesta**

Se diseñó un cuestionario para conocer los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros, así como de los habitantes del lugar. La población Económicamente activa, objeto de estudio está en función de la proyección del último censo poblacional del 2010 hasta el 2016, que consta en el Plan de Desarrollo Parroquial de Mayuna, que es de 2.807 personas y, según las estadísticas del Ministerio de Turismo del cantón el Tena para el año 2015, ingresan un promedio de 2.435 turistas nacionales y de 1.028 turistas extranjeros, dando un total de la población de 7.257 personas, con una tasa de crecimiento de 4.34%

**Cuadro 2: Distribución de la Población**

| <b>SECTOR INVESTIGATIVO</b>            | <b>CANTIDAD</b> |
|--|-----------------|
| <i>Turistas Nacionales</i>             | 2.435           |
| <i>Turistas extranjeros</i>            | 1.028           |
| <i>Población Económicamente Activa</i> | 2.807           |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>6.270</b>    |

**Fuente: Datos del INEC**

**Elaborado por:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula

$$n = \frac{z^2 * N * PQ}{e^2(N - 1) + z^2 * PQ}$$

#### **Parámetros de Medición**

$$n = \frac{z^2 * N * PQ}{e^2(N - 1) + z^2 * PQ}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza deseado (1,96)

N = Población (6.270)

P = Proporción real estimada de éxito (0.50)

Q = Proporción real estimada de fracaso (0.50)

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(1 - N) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 6.270}{(0,05)^2 * (6.270 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0,50 * 0,50 * 6.270}{(0,0025)(6.269) + (3.8416) * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{6.021.71}{15.67 + 0.9604}$$

$$n = \frac{6.021.71}{16.63}$$

n = 362 encuestas

**Cuadro 3: Población objeto de estudio**

| <b>SECTOR INVESTIGATIVO</b> | <b>POBLACION</b> | <b>PORCEN<br/>TAJE</b> | <b>No.<br/>ENCUESTAS A<br/>APLICAR</b> |
|-----------------------------|------------------|------------------------|--|
| <b>Turistas Nacionales</b>  | 2.435            | <b>38.83%</b>          | 141                                    |
| <b>Turistas extranjeros</b> | 1.028            | <b>16.40%</b>          | 59                                     |
| <b>PEA</b>                  | 2.807            | 44.77%                 | 162                                    |
| <b>TOTAL</b>                | <b>6.270</b>     | <b>100%</b>            | <b>362</b>                             |

Fuente: Datos del INEC

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **PROCEDIMIENTO**

Luego de que se aplicó los instrumentos de investigación y se recopiló la información se procedió al procesamiento o sistematización de datos, para lo cual fue necesario la aplicación de las siguientes actividades.

### **Organización de la información empírica.**

Información referente al tema de investigación, que se recoge todo un conjunto de datos que más tarde se someten a un análisis cuidadoso o a un comentario interpretativo por el investigador, para una buena elaboración del plan de negocio para la creación del Restaurante “Estancia de las Orquídeas”.

## **Fase de Campo**

Análisis de información de campo.- El análisis y verificación de los datos se los realizó en función de cómo se presentaron factores ambientales, sociales, turísticos, económicos presentes en la zona de estudio, que nos ayudó a obtener resultados confiables para nuestra investigación.

Luego se realizó el análisis mediante la aplicación de la estadística descriptiva.

Procesamiento de la Información.- Se obtuvo resultados la cual aportó los elementos necesarios para minimizar el impacto ambiental negativo en la construcción del Restaurante "Estancia de las Orquídeas". .

Elaboración del informe.- Se realizó la conclusión necesaria y se dio cumplimiento al objetivo general. De acuerdo con los resultados de la investigación se propuso medidas de mejora a nivel agro turístico.

## f. RESULTADOS

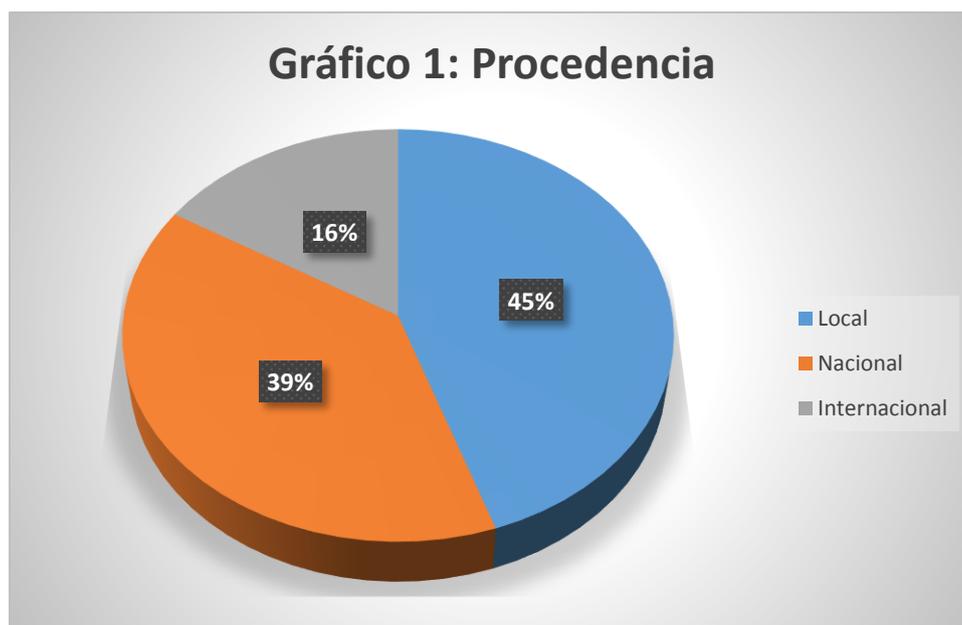
Resultado de la aplicación de las encuestas a turistas locales, nacionales y extranjeros.

**Cuadro 4: Procedencia**

| Procedencia   | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------|------------|-------------|
| Local         | 162        | 45%         |
| Nacional      | 141        | 39%         |
| Internacional | 59         | 16%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>362</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo



Con respecto a la procedencia de los encuestados, se tiene que el 45% son de la localidad, el 39% de los diferentes lugares del país y el 16% de procedencia internacional. Esto determina que existe un porcentaje muy significativo de turistas nacionales y extranjeros.

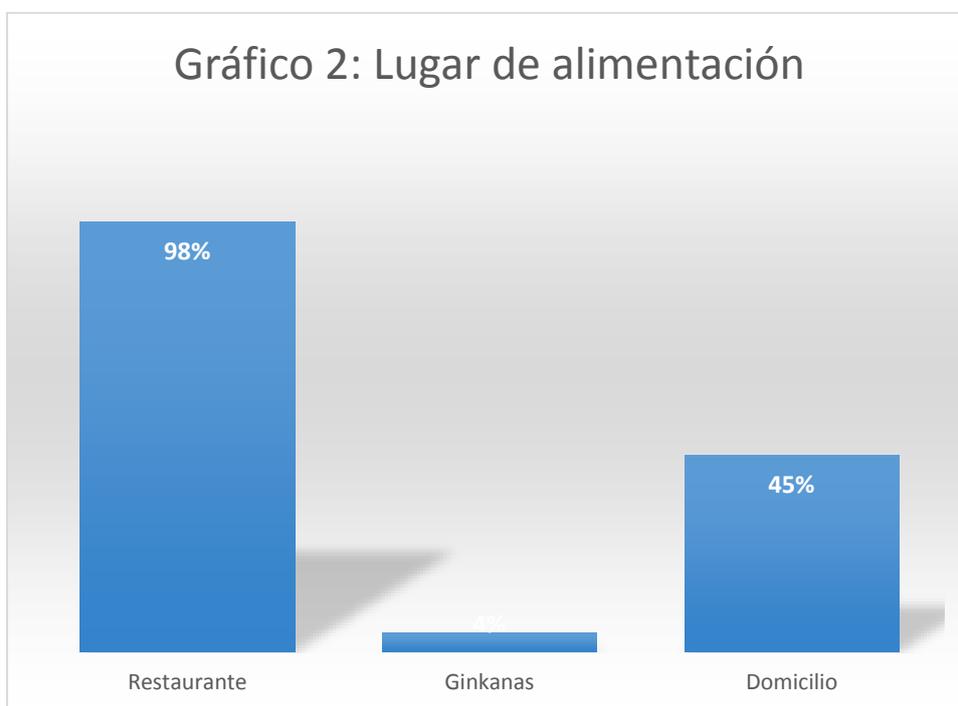
## 2. Para alimentarse donde suele hacerlo?

**Cuadro 5: Lugar de alimentación de los encuestados**

| Descripción | Local | Nacional | Internacional | Total | Porcentaje |
|-------------|-------|----------|---------------|-------|------------|
| Restaurante | 155   | 140      | 59            | 354   | 98%        |
| Ginkanas    |       | 15       |               | 15    | 4%         |
| Domicilio   | 162   |          |               | 162   | 45%        |

**Fuente: Encuestas**

**Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo**



Los encuestados manifiestan que suelen alimentarse el 98% en restaurantes, el 45% en sus domicilios y el 4% en ginkanas. Por lo tanto estos porcentajes demuestran que la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros serían nuestros clientes potenciales, así como, personas que habitan en el sector.

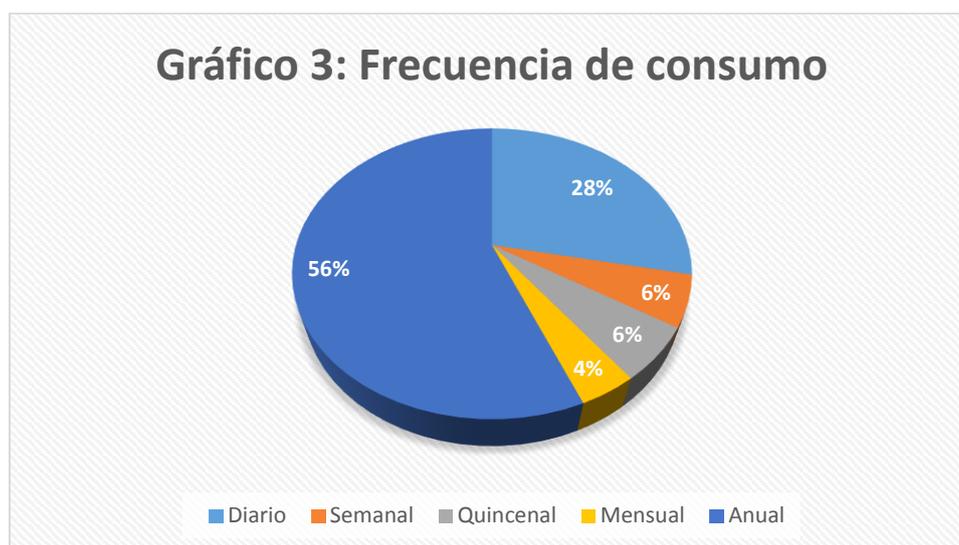
### 3. Cada que tiempo suele alimentarse en un restaurante?.

**Cuadro 6: Frecuencia de consumo**

| Descripción  | Local | Nacional | Internacional | Total | Porcentaje |
|--------------|-------|----------|---------------|-------|------------|
| Diario       | 100   |          |               | 100   | 28%        |
| Semanal      | 20    |          |               | 20    | 6%         |
| Quincenal    | 21    |          |               | 21    | 6%         |
| Mensual      | 14    |          |               | 14    | 4%         |
| Anual        |       | 140      | 59            | 199   | 56%        |
| <b>TOTAL</b> | 155   | 140      | 59            | 354   | 100%       |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo



Con relación a la frecuencia de consumo el 56% lo hacen en forma anual, el 28% diario, el 6% respectivamente semanal y quincenal y el 4% mensual. Por lo tanto, las personas que lo hacen anualmente, son aquellos turistas nacionales y extranjeros que visitan el lugar, mientras los que lo hacen diariamente son personas que son del propio lugar. Por consiguiente podemos determinar que el restaurante va a tener la acogida correspondiente.

**4. Con cuántas personas suele salir a un restaurante?.**

**Cuadro 7: No. Personas que salen a un restaurante**

| Intervalos   | Local | Nacional | Internacion<br>al | Total | Porcentaje | Xm  | F(Xm) |
|--------------|-------|----------|-------------------|-------|------------|-----|-------|
| 1 a 2        | 150   |          |                   | 150   | 42%        | 1,5 | 225   |
| 2 a 4        | 62    | 83       | 59                | 204   | 58%        | 3   | 612   |
| 5 a 6        |       |          |                   | 0     | 0%         | 5,5 | 0     |
| <b>TOTAL</b> | 212   | 83       | 59                | 354   | 100%       |     | 837   |

**Fuente: Encuestas**

**Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo**

**Promedio de personas =  $\sum F(Xm)/N$**

**Promedio de personas =  $837/354$**

**Promedio de personas = 2 personas**



El número de personas con las que suelen visitar los turistas y las personas de la localidad es de dos, por consiguiente este promedio permitirá determinar en la demanda proyectada, cuántos servicios se tendrá que ofertar de acuerdo a la capacidad del servicio.

5. ¿Cuál es su gasto promedio cuando sale a un restaurante?.

**Cuadro 8: Costo promedio de consumo**

| Intervalos USD | Local | Nacional | Internacional | Total | Porcentaje | Xm | F(Xm) |
|----------------|-------|----------|---------------|-------|------------|----|-------|
| 1 a 5          | 100   | 15       |               | 115   | 32%        | 3  | 345   |
| 6 a 10         | 55    | 110      |               | 165   | 47%        | 8  | 1320  |
| 11 a 15        |       | 15       | 59            | 74    | 21%        | 13 | 962   |
| <b>TOTAL</b>   | 155   | 140      | 59            | 354   | 100%       |    | 2627  |

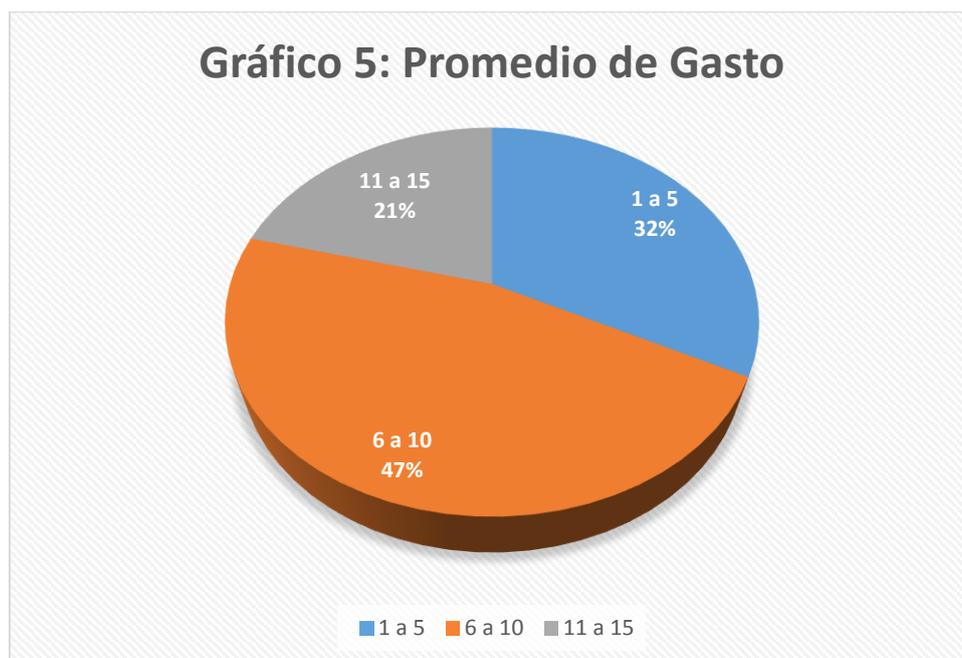
Fuente: Encuestas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

Promedio de personas =  $\sum F(Xm)/N$

Promedio de personas =  $2627/354$

Promedio de personas = \$ 7,42



Los turistas nacionales, extranjeros y las personas de lugar manifiestan que su promedio de gasto es de 7.42 dólares americanos. Este valor nos demuestra que los turistas eligen diferentes tipos de servicios, como son desayunos, almuerzos, cenas y platos típicos.

2. Considera usted necesario que se implemente un restaurante de comidas típicas en la parroquia Muyuna?.

**Cuadro 9: Aceptación del Servicio**

| Procedencia  | Local | Nacional | Internacional | Total | Porcentaje |
|--------------|-------|----------|---------------|-------|------------|
| SI           | 149   | 140      | 59            | 348   | 98%        |
| NO           | 5     | 1        | 0             | 6     | 2%         |
| <b>TOTAL</b> | 154   | 141      | 59            | 354   | 100%       |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo



Con respecto a la nueva aceptación del servicio, el 98% manifiestan que están de acuerdo que se implemente un restaurante de esta índole, mientras que el 2% indican que no. Esto nos determina que existe un porcentaje significativo para la implementación de la unidad productiva.

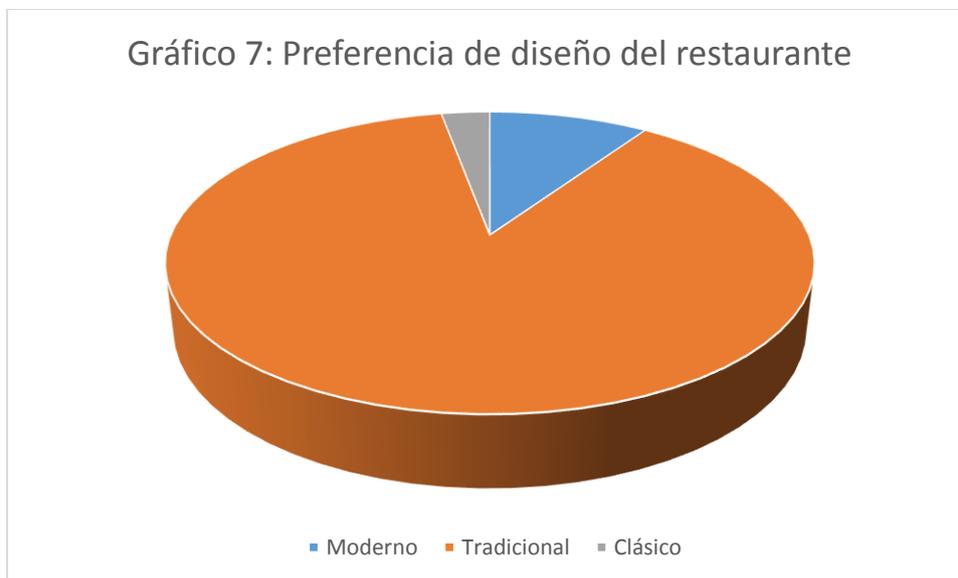
## 6. Como le gustaría que el restaurante sea diseñado?.

**Cuadro 10: Diseño del tipo de restaurante**

| Alternativas | Local      | Nacional   | Internacional | Total      | Porcentaje  |
|--------------|------------|------------|---------------|------------|-------------|
| Moderno      | 18         | 15         |               | 33         | 9%          |
| Tradicional  | 126        | 120        | 59            | 305        | 88%         |
| Clásico      | 5          | 5          |               | 10         | 3%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>149</b> | <b>140</b> | <b>59</b>     | <b>348</b> | <b>100%</b> |

**Fuente: Encuestas**

**Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo**

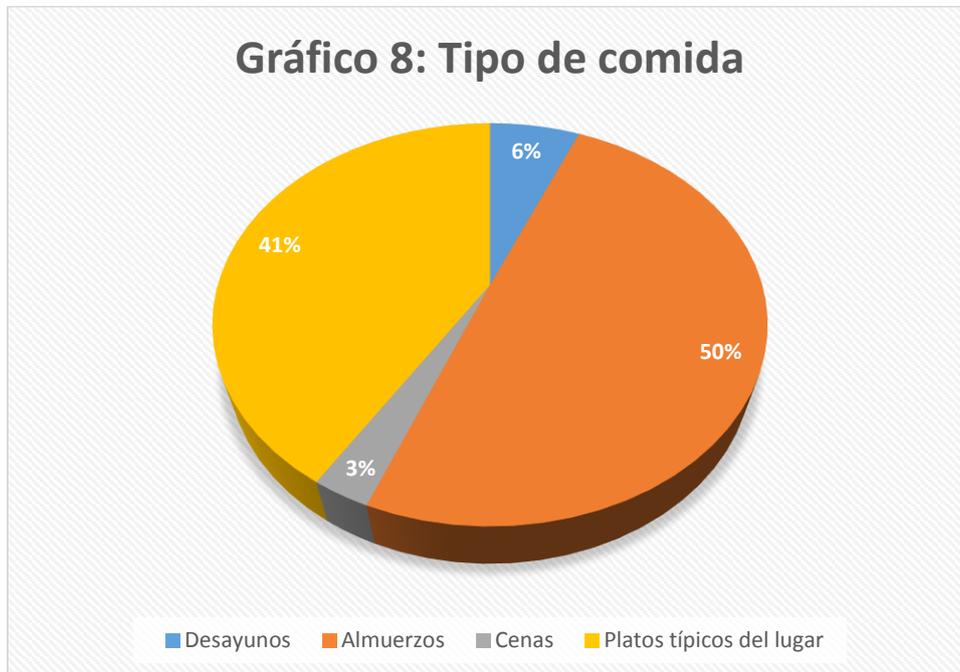


Al preguntar a los turistas y personas del lugar que como les gustaría que estuviera diseñado el restaurante, el 88% manifiestan que debería ser de tipo tradicional, el 9% moderno y el 3% clásico. Estos resultados permiten tener una visión de cómo se lo va a diseñar al restaurante, para que los clientes se encuentren satisfechos y de acuerdo a los gustos y preferencia de los mismos.

**Cuadro 11: Tipo de servicio**

| Alternativas             | Local      | Nacional   | Internacional | Total      | Porcentaje  |
|--------------------------|------------|------------|---------------|------------|-------------|
| Desayunos                | 22         |            |               | 22         | 6%          |
| Almuerzos                | 123        | 50         |               | 173        | 50%         |
| Cenas                    | 3          | 7          |               | 10         | 3%          |
| Platos típicos del lugar | 1          | 83         | 59            | 143        | 41%         |
| <b>TOTAL</b>             | <b>149</b> | <b>140</b> | <b>59</b>     | <b>348</b> | <b>100%</b> |

**Fuente: Encuestas**  
**Elaboración: Carlos**  
**Xavier Rivadeneyra**  
**Chimbo**



Con relación al tipo de servicio que ellos prefieren son el 50% almuerzos, el 41% platos típicos el 6% desayunos y el 3% cenas. Por consiguiente de acuerdo a éstos resultados el restaurante, ofrecerá almuerzos, cenas y platos típicos.

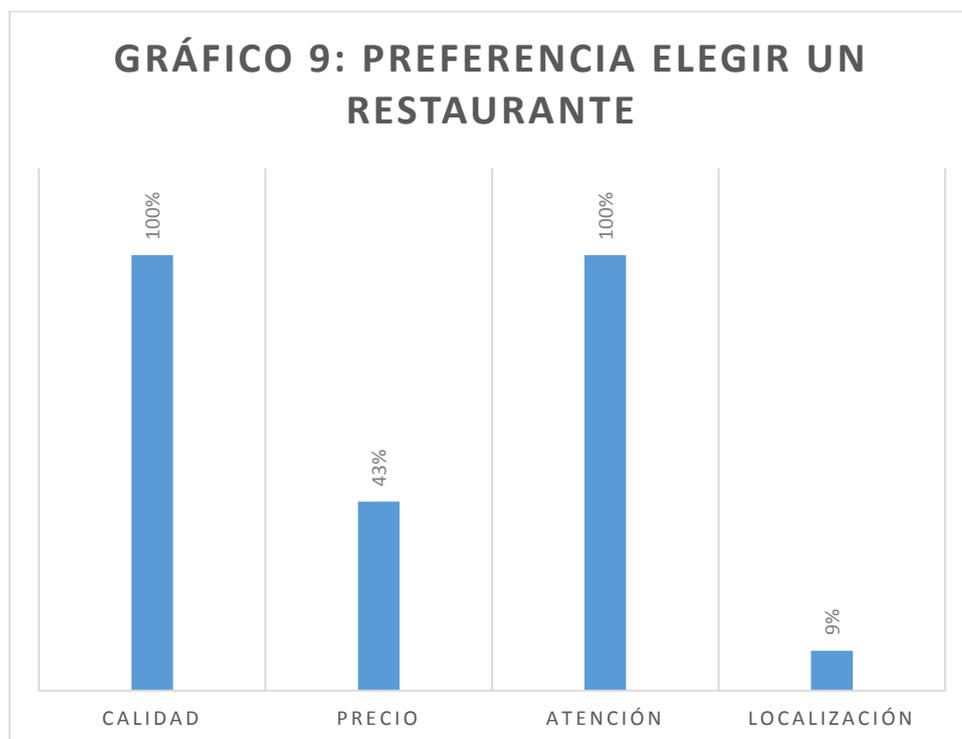
## 8. Cuándo visita un restaurante porque lo elige

**Cuadro 12: Preferencia de elegir un restaurante**

| Alternativas | Local | Nacional | Internacional | Total | Porcentaje |
|--------------|-------|----------|---------------|-------|------------|
| Calidad      | 149   | 140      | 59            | 348   | 100%       |
| Precio       | 130   | 20       | 1             | 151   | 43%        |
| Atención     | 149   | 140      | 59            | 348   | 100%       |
| Localización | 20    | 10       | 2             | 32    | 9%         |

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra  
Chimbo



El 100% consecutivamente los encuestados escogen un restaurante es por la calidad de comida y la atención que el personal de a los clientes, mientras que el 43% indican que lo hacen por el precio y el 9% por la localización. Lo que significa que estos resultados nos dará una visión de los gustos y preferencias de los clientes.

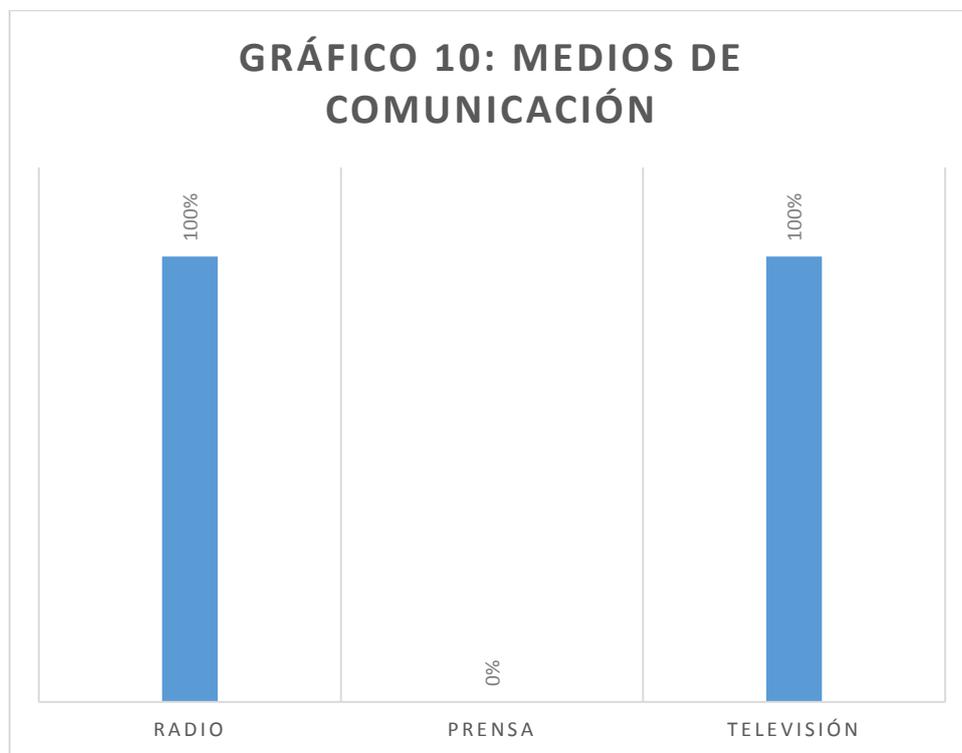
**9. Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la existencia del nuevo restaurante**

**Cuadro 13: Medios de comunicación**

| Alternativas | Local | Nacional | Internacional | Total | Porcentaje |
|--------------|-------|----------|---------------|-------|------------|
| Radio        | 149   | 140      | 59            | 348   | 100%       |
| Prensa       |       |          |               | 0     | 0%         |
| Televisión   | 149   | 140      | 59            | 348   | 100%       |
| Otros        |       |          |               |       | 0%         |

**Fuente: Encuestas**

**Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo**



Los medios de comunicación por los cuales quieren enterarse los turistas y las personas de la localidad de la existencia del nuevo restaurante el 100% respectivamente manifiestan que sería por la radio y la televisión. Por lo tanto, esto permitirá considerar los medios locales, para hacer conocer dicho restaurante.

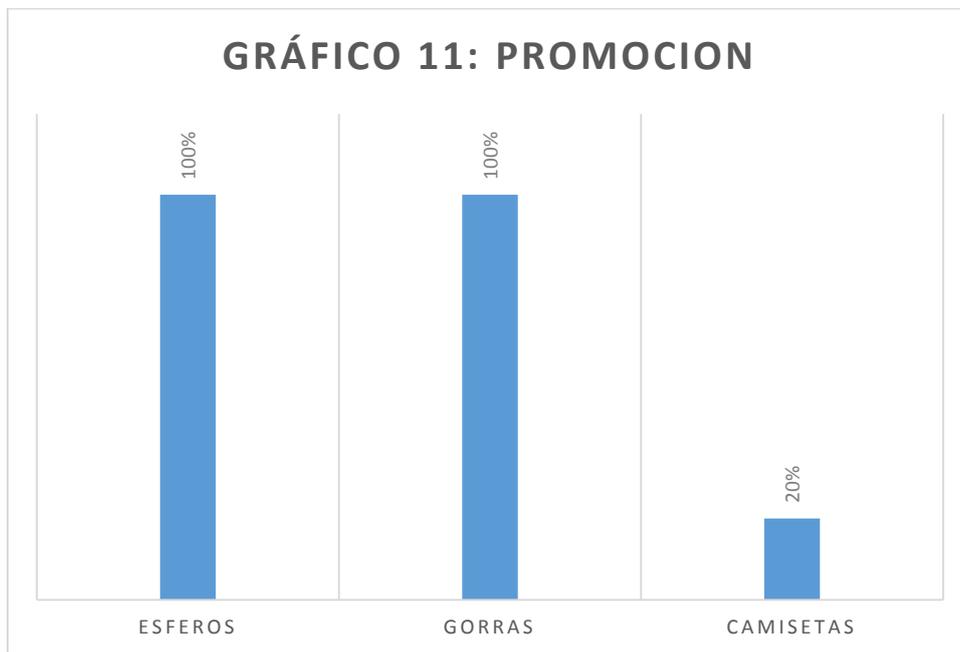
## 10. Cómo le gustaría que se promocione el restaurante

**Cuadro 14: Promoción**

| Alternativas | Local | Nacional | Internacional | Total | Porcentaje |
|--------------|-------|----------|---------------|-------|------------|
| Esferos      | 149   | 140      | 59            | 348   | 100%       |
| Gorras       | 149   | 140      | 59            | 348   | 100%       |
| Camisetas    | 59    | 10       | 1             | 70    | 20%        |

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo



En lo que se refiere al tipo de promoción que se debería dar al cliente para que pueda ser fiel al mismo, el 100% respectivamente, manifiestan que se debería entregar esferos y gorras, mientras que el 20% indican que debería ser a través de camisetas. Por lo tanto estos datos permitirán presupuestar lo que se va a considerar al momento de hacer la promoción del restaurante.

### **ANALISIS DE LA DEMANDA**

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o reclama para lograr la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El propósito principal que se pretende con el análisis de la demanda es

determinar y medir ¿cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a un bien o servicio?, así como establecer la posibilidad del servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores como son: su precio en términos reales, el nivel de ingreso de la población, los precios de sus sustitutos o de sus servicios complementarios, entre otros. (GONZALEZ, 2016)

O también se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$

### **Demanda Potencial**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

**Cuadro 15. Demanda Potencial**

| <b>Años</b> | <b>Población Local 4.34%</b> | <b>Turistas Nacionales 2.2%</b> | <b>Turistas Extranjeros 3.5%</b> | <b>Demanda Potencial</b> |
|-------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| 0           | 2.435                        | 2807                            | 1028                             | 6.270                    |
| 1           | 2.541                        | 2.869                           | 1.064                            | 6.473                    |
| 2           | 2.651                        | 2.932                           | 1.100                            | 6.683                    |
| 3           | 2.766                        | 2.996                           | 1.136                            | 6.898                    |
| 4           | 2.886                        | 3.062                           | 1.172                            | 7.120                    |
| 5           | 3.011                        | 3.130                           | 1.208                            | 7.349                    |
| 6           | 3.142                        | 3.199                           | 1.244                            | 7.584                    |
| 7           | 3.278                        | 3.269                           | 1.280                            | 7.827                    |
| 8           | 3.421                        | 3.341                           | 1.316                            | 8.077                    |
| 9           | 3.569                        | 3.414                           | 1.352                            | 8.335                    |
| 10          | 3.724                        | 3.489                           | 1.388                            | 8.601                    |

Fuente: INEC y GAD Municipal

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Demanda Real**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

**Cuadro 16: Demanda Real**

| <b>Años</b> | <b>Demanda Potencial</b> | <b>Demanda Real 98%</b> |
|-------------|--------------------------|-------------------------|
| 0           | 6.270                    | 6.145                   |
| 1           | 6.473                    | 6.344                   |
| 2           | 6.683                    | 6.549                   |
| 3           | 6.898                    | 6.760                   |
| 4           | 7.120                    | 6.978                   |
| 5           | 7.349                    | 7.202                   |
| 6           | 7.584                    | 7.433                   |
| 7           | 7.827                    | 7.671                   |
| 8           | 8.077                    | 7.916                   |
| 9           | 8.335                    | 8.168                   |
| 10          | 8.601                    | 8.429                   |

Fuente: Cuadro 2 de las encuestas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Demanda Efectiva**

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de situaciones económicas, el nivel de ingresos y otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

**Cuadro 17: Demanda Efectiva**

| <b>Años</b> | <b>Demanda Potencial</b> | <b>Demanda Real 98%</b> | <b>Demanda Efectiva 98%</b> | <b>No. Personas que visitan el restaurante</b> | <b>Demanda Proyectada</b> |
|-------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|--|---------------------------|
| 0           | 6.270                    | 6.145                   | 6.022                       | 2  | 12.043                    |
| 1           | 6.473                    | 6.344                   | 6.217                       | 2  | 12.434                    |
| 2           | 6.683                    | 6.549                   | 6.418                       | 2  | 12.836                    |
| 3           | 6.898                    | 6.760                   | 6.625                       | 2  | 13.250                    |
| 4           | 7.120                    | 6.978                   | 6.838                       | 2  | 13.677                    |
| 5           | 7.349                    | 7.202                   | 7.058                       | 2  | 14.116                    |
| 6           | 7.584                    | 7.433                   | 7.284                       | 2  | 14.568                    |
| 7           | 7.827                    | 7.671                   | 7.517                       | 2  | 15.034                    |
| 8           | 8.077                    | 7.916                   | 7.757                       | 2  | 15.515                    |
| 9           | 8.335                    | 8.168                   | 8.005                       | 2  | 16.010                    |
| 10          | 8.601                    | 8.429                   | 8.261                       | 2  | 16.521                    |

Fuente: Cuadro 7 y 9

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **ANALISIS DE LA OFERTA**

Cantidad de un producto o servicio que entra al mercado a un precio dado y en un periodo de tiempo determinado.

En teoría económica se define la oferta, como la cantidad de un bien o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo determinado. En este concepto las cualificaciones de tiempo y precio son necesarias, debido a que cuando mayor sea el precio ofrecido, mayor será la cantidad de producto llevada al mercado, y cuando más largo el periodo de tiempo, más serán los oferentes que podrán ajustar su producción para beneficiarse del cambio en los precios. Por tanto, la oferta que llega al mercado normalmente aumentará con unos precios crecientes y descenderá con precios a la baja.

Del comportamiento de los precios, los productores podrán ajustar su flujo de producción cuando se trata productos manufacturados con ciclos cortos de proceso, pero difícilmente lo podrán hacer cuando se trata de inversiones nuevas o cuando los ciclos de proceso son en el largo plazo. Sin embargo, el

comportamiento de los precios en el mercado, son indicadores que inciden en la toma de decisiones para producir o no un bien o servicio.

En lo que respecta a la oferta en la parroquia Muyuna del Cantón Tena, provincia Napo, no existen lugares de competencia, o sea ningún tipo de restaurante, lo que significa que la oferta es CERO.

**Cuadro 18: Oferta**

| <b>Años</b> | <b>Demanda Proyectada</b> | <b>Oferta</b> |
|-------------|---------------------------|---------------|
| 0           | 12.043                    | 0             |
| 1           | 12.434                    | 0             |
| 2           | 12.836                    | 0             |
| 3           | 13.250                    | 0             |
| 4           | 13.677                    | 0             |
| 5           | 14.116                    | 0             |
| 6           | 14.568                    | 0             |
| 7           | 15.034                    | 0             |
| 8           | 15.515                    | 0             |
| 9           | 16.010                    | 0             |
| 10          | 16.521                    | 0             |

Fuente: Observación

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### **Demanda Insatisfecha**

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Ante una situación de demanda insatisfecha o deficitaria, el empresario puede decidir sobre iniciar un proceso productivo con el nuevo proyecto o ensanchar los niveles actuales de producción, si este se encuentra en marcha, con la seguridad que con los volúmenes adicionales de producto o servicio no afecta las condiciones actuales del mercado y, consecuentemente, no altera el comportamiento de los precios.

**Cuadro 19: Demanda Insatisfecha**

| Años | Demanda Proyectada | Oferta | Demanda Insatisfecha |
|------|--------------------|--------|----------------------|
| 0    | 12.043             | 0      | 12.043               |
| 1    | 12.434             | 0      | 12.434               |
| 2    | 12.836             | 0      | 12.836               |
| 3    | 13.250             | 0      | 13.250               |
| 4    | 13.677             | 0      | 13.677               |
| 5    | 14.116             | 0      | 14.116               |
| 6    | 14.568             | 0      | 14.568               |
| 7    | 15.034             | 0      | 15.034               |
| 8    | 15.515             | 0      | 15.515               |
| 9    | 16.010             | 0      | 16.010               |
| 10   | 16.521             | 0      | 16.521               |

Fuente: Observación

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **ESTRATEGIAS DE MARKETING.**

La mezcla de mercado consiste en combinar correctamente los mecanismos encaminados a estimular la demanda del producto o servicio, de una parte, y de otra, los instrumentos encaminados a satisfacer la demanda de los mismos. Los primeros son el producto, la marca, el precio, el empaque, la promoción y la publicidad. Los segundos, son los canales, el almacenamiento, los inventarios, el medio de transporte y la conservación utilizada.

El éxito o fracaso de un producto o servicio en el mercado, se obtiene según la estrategia como se combinen los factores anteriores, dependiendo del tipo de producto o servicio que se desee mercadear o producir y de los resultados de la evaluación que se haga del beneficio frente a los costos e inversiones que implique tal combinación.

En referencia a los aspectos de la mezcla de mercadeo tenemos:

**El producto o servicio** con sus características explícitas en cuanto a calidad, composición y usos, identificándolo con una marca de fácil pronunciación y

recordación, presentándolo en un empaque atractivo y con garantía de servicio después de la venta, está destinado a satisfacer las necesidades de los consumidores, previamente estudiadas a través de las técnicas de mercadeo y se está logrando su posicionamiento en el mercado con el tiempo.

El Restaurante estará ofertando, almuerzos, cenas y comidas típicas.

### RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUIDEAS”



**Precio**, favorable en condiciones competitivas y basadas en sus costos de producción y margen de utilidad, en combinación con la divulgación y la publicidad, se está brindando un estímulo especial para aumentar las compras entre los clientes actuales y potenciales, con efectos previsibles en la demanda total del producto.

#### Cuadro 20. Costos de los diferentes platos

| ALTERNTIVAS    | COSTO (USD) |
|----------------|-------------|
| Almuerzos      | 3.00        |
| Cenas          | 3.00        |
| Platos Fuertes | 10.00       |

**Fuente:** Costos de producción más margen de utilidad

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**El factor distribución** hace referencia a los canales de comercialización o puntos de venta, mediante el cual escoge el lugar más indicado para que el consumidor compre el producto o adquiera el servicio, ofreciéndolo en la

cantidad requerida, en el momento oportuno y manteniendo existencia para responder rápidamente el producto que ya ha sido retirado del punto de venta o que ha sido adquirido.

La distribución se la hará en la parroquia Muyuna del Cantón el Tena, provincia de Napo.

## **ESTUDIO TECNICO**

### **TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado.

Hay que tener en cuenta la naturaleza del proyecto para definir el tamaño; como el caso de un proyecto de un restaurante la capacidad para atender al número de personas para lo cual se encuentra diseñado.

Debemos buscar siempre un tamaño óptimo, es decir el que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales. (Santo Tomas, 2017)

### **VARIABLES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO**

Los Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta que se implementará con la propuesta del proyecto, es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuáles se puede escoger, se van

reduciendo a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados, y que detallaremos a continuación.

### **Capacidad instalada**

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir, durante el período de vida de la empresa. (TORAL, 2012)

### **Cuadro 21: Capacidad del Servicio**

| <b>Capacidad</b>      | <b>Total de personas a atender</b> | <b>Días al año</b> | <b>No. Servicios</b> | <b>Porcentaje de capacidad</b> |
|-----------------------|------------------------------------|--------------------|----------------------|--------------------------------|
| 20 mesas con 4 sillas | 100                                | 365                | 36.500               | 100%                           |

**Fuente:** Capacidad de Diseño

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### **Capacidad Utilizada**

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda, que se desea cubrir durante un período determinado. En el presente caso la capacidad utilizada será lo mismo de la capacidad instalada, por ser un proyecto de servicios.

### **Dimensiones del mercado**

De acuerdo al segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio de mercado, se determina la cantidad de servicios a ofertar y así el tamaño de la planta, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la futura.

### **La capacidad de financiamiento**

Esta Segunda variable que condiciona el tamaño del proyecto, es la capacidad

de financiamiento de los gestores del proyecto; hay que tener en cuenta que el proyecto no solo se puede desarrollar con recursos propios, sino que también es posible acudir a las diferentes fuentes de financiamiento que propone el sector financiero del país, pero siempre teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

Cuando los recursos propios y los financiados no son suficientes para atender las exigencias del tamaño mínimo a producir, se hace imposible la implementación y operación del proyecto.

Cuando estos dos recursos (los propios y los del crédito), solo responden por un tamaño mínimo, se puede aceptar, la implementación y operación del proyecto, pero por etapas, iniciando con un tamaño mínimo y irlo ampliando en transcurso del tiempo, en la medida que se vayan superando los problemas financieros.

Cuando los recursos financieros son suficientes y facilitan la selección del mejor tamaño, se tendrá una financiación cómoda y confiable del proyecto.

El proyecto se financiará a través de las siguientes fuentes de financiamiento.

**Cuadro 22: Financiamiento**

| DESCRIPCION                        | MONTO      | PORCENTAJE |
|------------------------------------|------------|------------|
| Capital propio                     | 40.758,04  | 36%        |
| Cooperativa Ahorro y Crédito Oscus | 73.000,00  | 64%        |
| TOTAL                              | 113.758,04 | 100%       |

Fuente: Cooperativa Ahorro y Crédito Oscus

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **LOCALIZACION DEL PROYECTO**

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

En este estudio de localización del proyecto, se debe tener en cuenta dos aspectos: La macrolocalización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejor condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región y la microlocalización, que es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Existen ciertos factores que determinan la ubicación, los cuales son llamados fuerzas locacionales, que influyen de alguna manera en las inversiones del proyecto, y de las cuales podemos evaluar:

### **Macrolocalización**

Para la macrolocalización, se debe analizar en estas zonas a seleccionar, las que ofrezca las mejores condiciones con respecto a:

- Ubicación de los Consumidores o usuarios
- Localización de Materias Primas y demás insumos
- Vías de comunicación y medios de transporte
- Infraestructura de servicios públicos
- Políticas, planes o programas de desarrollo
- Normas y regulaciones específicas
- Tendencias de desarrollo de la región
- Condiciones climáticas, ambientales, suelos
- Interés de fuerzas sociales y comunitarias.

El Restaurante “Estancia de las Orquídeas”, estará ubicado en la Parroquia Muyuna, Cantón Tena, Provincia de Napo.

## Mapa: División Política del Cantón El Tena



Fuente: Google Map.

### Microlocalización

Para la microlocalización, se tendrán en cuenta los siguientes factores:

Disponibilidad y Costos de Recursos: Mano de obra, materias primas, servicios y comunicaciones.

Otros Factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.

Costos de transporte de insumos y de productos, por ejemplo los costos de transferencia a la cuenta de fletes: Comprende la suma de costos de transporte de insumos y productos.

El Restaurante se encontrará ubicado: Comunidad Atacapi, a 200 metros de la Universidad IKIAM (Que significa Selva)

Foto : Ubicación del Restaurante.



## INGENIERIA DEL PROYECTO

### La tecnología utilizada

Esta otra variable condicionante del tamaño, tiene que ver con ciertos procesos tecnológicos que exigen un volumen mínimo de producción que puede ser superior las necesidades y programación del proyecto, de tal manera que los costos de operación pueden resultar muy elevados, que no permiten la implementación y por ende la operación del proyecto.

**Cuadro 23: Insumos**

| Cantidad | Descripción                       |
|----------|-----------------------------------|
| 1        | Cocina industrial de 6 quemadores |
| 1        | Licadora industrial               |
| 1        | Refrigeradora de 12 pies          |
| 1        | Congelador                        |
| 1        | Cafetera                          |
| 1        | Horno                             |
| 1        | Mostrador de Comidas              |
| 1        | Microondas                        |
| 1        | Batidora                          |
| 1        | Tostadora                         |
| 2        | Ollas Industriales                |
|          |                                   |

**Fuente:** Planificación de Producción

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Disponibilidad de insumos

Esta otra variable determinante del tamaño, y nos obliga analizar la oferta actual y futura de los insumos más importantes, con el fin de conocer a corto y largo plazo su existencia; además se debe evaluar la posibilidad de emplear insumos sustitutos si el proyecto lo permite.

Por lo tanto, debemos tener seguridad de conseguir las materias primas en cualquier momento para darle confiabilidad al proyecto y así poder definir con toda seguridad su tamaño.

Los insumos a utilizarse serán los siguientes:

**Cuadro 24: Insumos para alimentación**

| <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Descripción</b>           |
|-----------------|-------------------------|------------------------------|
| 1825            | libras                  | Tilapia                      |
| 1000            | unidades                | Chonta curó                  |
| 50              | Tacos                   | Palmito Yuyo                 |
| 12              | Racimos                 | Chonta                       |
| 12              | Sacos                   | Yuca                         |
| 12              | Racimas                 | Verde                        |
| 5               | Fundas                  | Guayusa                      |
| 5               | quintales               | Azúcar                       |
| 12              | quintales               | Arroz                        |
| 3650            | Libras                  | Carnes Rojas (chancho y Res) |
| 1825            | Libras                  | Pollo                        |
| 2               | Canecas                 | Aceite                       |
| 1               | Saco                    | Sal (cien libras)            |
|                 |                         | Legumbres y hortalizas       |
|                 |                         | Espicias                     |
|                 |                         | Frutas                       |
|                 |                         | TOTAL ANUAL                  |
|                 |                         | TOTAL MENSUAL                |

Fuente: Planificación del Proyecto

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### **Infraestructura física**

Se relaciona exclusivamente con la parte física del Restaurante, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

### **Distribución del Restaurante**

La distribución del área física, así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

### **Diseño del proceso de producción**

Se debe explicar en forma ordenada, clara y secuencial, las distintas etapas a que son sometidos los insumos hasta llegar a la obtención del producto final. El objeto de hacer este estudio es para identificar las operaciones, las demoras, las distancias del transporte, las inspecciones y los requerimientos de tiempo del proceso, para simplificar toda la operación.

Para facilitar la descripción y el análisis de los procesos productivos, lo más funcional y práctico es utilizar representaciones gráficas, que ayudarán a la interpretación visual de los flujos.

Los gráficos que se pueden utilizar para este fin son el diagrama de proceso de flujo y el flujograma de proceso. No olviden que se debe manejar en estos los tiempos, y evaluar la calidad de las diferentes operaciones.

Aquí la filosofía implícita consiste en eliminar cualquier actividad en el proceso que no añada valor al producto. El método consiste en hacer un flujograma del proceso.

### FLUJOGRAMA DE PROCESOS RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUIDEAS”

| Actividades                                   | ● | ➔ | ⌋ | ■ | ▼ | TIEMPOS |
|---|---|---|---|---|---|---------|
| El Cliente entra al restaurante               | ● |   |   |   |   | 2”      |
| Accede a una mesa disponible                  |   |   |   |   |   | 1”      |
| El mesero entrega la carta de menú al cliente |   |   |   |   |   | 1”      |
| El cliente analiza la carta de menú           |   |   |   |   |   | 3”      |
| El mesero toma la orden                       | ● |   |   |   |   | 1”      |
| El mesero solicita el pedido en cocina        | ● |   |   |   |   | 1”      |
| El cocinero prepara el pedido                 | ● |   |   | ● |   | 10”     |
| El mesero sirve el pedido                     | ● |   |   |   |   | 2”      |
| El cliente se sirve el pedido                 | ● |   |   |   |   | 20”     |
| El cliente se acerca a caja a cancelar        | ● |   |   |   |   | 5”      |
| Cajero emite factura                          |   |   |   |   | ● | 5”      |

**Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo**

## Maito de Tilapia

Estos dos tipos de peces se envuelven en hojas, se amarran y son azadas, también expenden el maito de guanta, palmito, todo es de la amazonia, para el contento de los turistas. Sencillamente se hace un asado a carbón en alguna parrilla para que sea natural. Se lo puede servir con yuca en un plato al gusto de uno.

Es muy apetecido por todas las personas que visitan esta provincia y hasta por las personas que viven ahí.



También se lo puede ofertar frito, con patacones, arroz fréjol, ensalada y un vaso de guayusa.

Tilapia al jugo, con patacones, arroz y un vaso de agua de guayusa.



### El chonta curo



Este animalito se lo puede encontrar en el árbol de la chonta, después que sea tumbado el dichoso árbol, donde este animalito cree simultáneamente. Ahora se lo lava después de haber sacado de su hábitat, y se saca los desperdicios que tiene por dentro.

Este preparado se puede hacer de distintas maneras, lo cual puede azar, cocinar o freír al modo de uno. Es muy delicioso al comer, pues a todos los turistas les encanta este plato típico.

### La Chicha de Chonta y Yuca

Es la bebida que acompaña a la gran variedad de comida distintiva que se puede degustar en el Cantón.

La gente nativa de la provincia de Napo cosecha este fruto, para luego cocinar en forma normal.

Su preparado es muy instantáneo, donde ellos aplastan y después lo mastican y al siguiente día después de fermentar está listo para servirse



### Diseño del Restaurante Frontal



Fuente: Diseño Arquitectónico  
Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Diseño del Restaurante Lateral



Fuente: Diseño Arquitectónico  
Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Diseño de las Instalaciones



## **ESTRUCTURA ORGANICA-FUNCIONAL DEL RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUIDEAS”**

La estructura orgánica y funcional es un instrumento de gestión que ayuda a definir con claridad las funciones de las diferentes unidades administrativas de una organización. Apoya al cumplimiento del Plan Estratégico; y facilita la coordinación institucional.

### **Objetivo**

Dotar a las empresas de un instrumento administrativo que determine la forma de organización de la institución para el cumplimiento de su misión, visión de futuro y objetivos estratégicos, estableciendo la estructura orgánica básica, la misión de cada una de las unidades administrativas, sus relaciones o dependencia, supervisión y coordinación; así como el detalle de las principales funciones de las unidades.

Toda empresa para poder funcionar y poder lograr sus objetivos debe dotarse de una estructura organizativa entendiéndose por esta, al esquema formal de relaciones, comunicaciones, procesos de decisión, procedimientos y sistemas dentro de un conjunto de personas, unidades, factores materiales y funciones en aras de la consecución de los objetivos de la empresa.

En toda organización existen un conjunto de relaciones que expresamente se establecen cuando se diseña su estructura y que representan un intento deliberado por establecer patrones de relación entre los componentes de la empresa (estructura formal) y que coexisten con otras que no han sido establecidas de manera formal, no escritas ni planificadas (estructura informal).

Por lo tanto, la estructura organizativa no surge de forma esporádica, sino que es creada por la dirección siguiendo un proceso lógico que puede dividirse en tres puntos:

- El trabajo necesario para alcanzar los objetivos de la empresa se subdivide en una serie de tareas para que puedan desarrollarse por personas individuales.
- Estas tareas se agrupan en puestos y estos a su vez, en unidades.
- Se establece para cada persona, puesto de trabajo y unidad las conexiones con las restantes partes de la estructura (mecanismos de coordinación).

Una vez diseñada la estructura organizativa esta tendrá su reflejo en los denominados organigramas, que no son más que una representación gráfica de la misma.

## **Factores que influyen en el diseño**

### **Organigramas**

Son representaciones gráficas que establecen la división de funciones, las cuales se representan por organigramas o cuadros como los llama Robert M. Fulmer. Esta información muestra la radiografía de la empresa.

## **NIVELES JARARQUICOS**

### **Nivel directivo**

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Socios o Accionistas.

### **Nivel ejecutivo**

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como

también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente, o un administrador.

### **Nivel asesor**

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

### **Nivel auxiliar o de apoyo**

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

### **Nivel operativo**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

## **Coordinaciones**

Tiene autoridad solo hacia sus dependientes y asesora, puede delegar autoridad, más no responsabilidad. Consiste en integrar las actividades de departamentos independientes para perseguir las metas de la organización con eficacia. El grado de coordinación dependerá de la naturaleza de las tareas realizadas y del grado de interdependencia que existe entre las personas de las diversas unidades

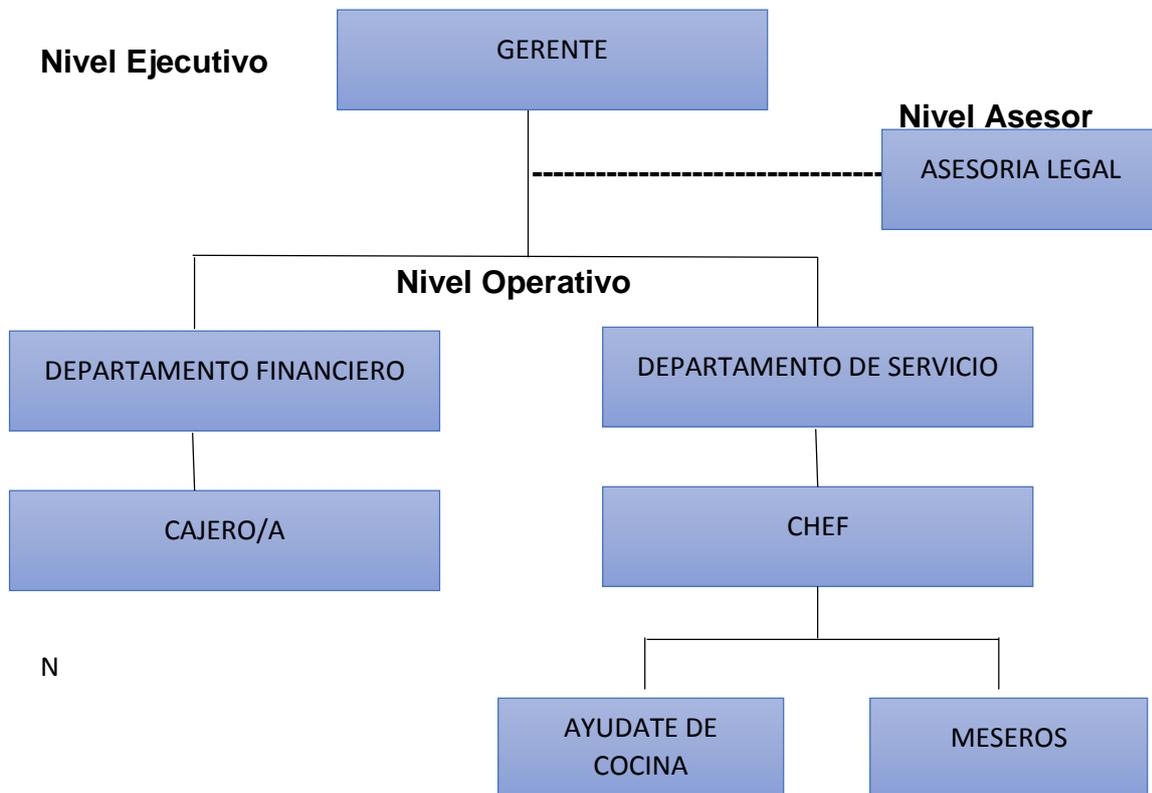
Cuando el intercambio de información es menos importante, el trabajo se puede efectuar con mayor eficiencia, con menos interacción entre departamentos o secciones.

Un grado importante de coordinación con toda probabilidad beneficiará un trabajo que no es rutinario ni pronosticable,

## **Puestos operativos**

Es la parte fundamental en la producción o realización de tareas primarias y/o. No tiene autoridad ni delega responsabilidad.

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUIDEAS”



Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Manual de Funciones

|  |  |                   |                           |
|--|--|-------------------|---------------------------|
| Puesto:  | <b>Gerente</b>   | <b>Categoría:</b> | <b>Gerencia</b>           |
| Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Nivel Ejecutivo<br>Reporta y Dirige las áreas operativas |  |                   |                           |
| FUNCIONES  | Realizar estrategias para atraer nuevos clientes.  |                   |                           |
|  | Supervisión y dirección del desarrollo de las actividades  |                   |                           |
|  | Manejo y control de recursos   |                   |                           |
|  | Planificación, organización y control del desarrollo de las actividades de las áreas operativas.       |                   |                           |
|  | Solucionar todas las quejas de los clientes.   |                   |                           |
| TAREAS   | Procurar dar un servicio personalizado a todos los clientes.   |                   |                           |
|  | Conocer el funcionamiento del área operativa y administrativa.   |                   |                           |
|  | Revisar y aprobar los informes de las distintas áreas  |                   |                           |
|  | Aprobar contratos de adquisiciones de bienes y servicios   |                   |                           |
| RESPONSABILIDADES  | Garantizar el buen uso y mantenimiento de las instalaciones.   |                   |                           |
|  | Identificar y resolver problemas que surjan en el trabajo.   |                   |                           |
|  | Promover la consecución de objetivos propuestos.   |                   |                           |
|  | Fomentar una cultura organizacional óptima.  |                   |                           |
| ATRIBUCIONES   | Eliminar o crear nuevos puestos de trabajo.  |                   |                           |
|  | Asignar tareas ocasionales de apoyo a otras áreas.   |                   |                           |
|  | Disposición inmediata de recursos.   |                   |                           |
| RELACIONES INTERNAS  | <b>Motivo</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Puesto</b>             |
|  | Varios   | Semanal           | Cajero/a                  |
|  | Varios   | Semanal           | Personal del restaurant.  |
|  | Supervisión  | Semanal           | Personal.                 |
| RELACIONES EXTERNAS  | <b>Motivo</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Puesto</b>             |
|  | Adquisiciones  | Semanal           | Proveedores               |
|  | Medir satisfacción   | Semanal           | Clientes                  |
|  | Promoción  | Semanal           | Inst. públicas y privadas |
| Otros datos de interés   | Participará de reuniones con los dueños del restaurant de comidas típicas “Estancias de las Orquídeas” |                   |                           |

|                        |   |                                    |                        |
|------------------------|---|------------------------------------|------------------------|
| Puesto:                | <b>Cajero</b>   | Categoría:                         | Apoyo gerencial        |
| Apoyo                  |   |                                    |                        |
| FUNCIONES              | Brindar soporte de contabilidad al Restaurante de comidas típicas "Estancia de las Orquídeas".        |                                    |                        |
|                        | Administrar la información financiera a los propietarios  |                                    |                        |
|                        | Realizar cobros por ingreso de venta de comida  |                                    |                        |
| TAREAS                 | Recepción, organización y archivo de documentos.  |                                    |                        |
|                        | Proporcionar estadísticas financieras.  |                                    |                        |
| RESPONSABILIDADES      | Asegurar un manejo de dinero eficiente.   |                                    |                        |
|                        | Brindar apoyo en facturación y ventas.  |                                    |                        |
|                        | Brindar apoyo de pagos, proveedores y empleados.  |                                    |                        |
| ATRIBUCIONES           | Tomar decisiones financieras referidas al Restaurante de comidas típicas "Estancia de las Orquídeas". |                                    |                        |
| RELACIONES INTERNAS    | <b>Motivo</b>   | <b>Frecuencia</b>                  | <b>Puesto</b>          |
|                        | Informes  | Diarios, Semanal, mensual y anual. | Gerente,               |
|                        | Presentar estados financieros   | Diarios, Semanal, mensual y anual. | Gerente,               |
|                        | Cruce de información en ventas  | Diarios, Semanal, mensual y anual. | Gerente,               |
| RELACIONES EXTERNAS    | <b>Motivo</b>   | <b>Frecuencia</b>                  | <b>Puesto</b>          |
|                        | Apoyo Pago de impuestos   | Diarios, Semanal, mensual y anual. | S.R.I.                 |
|                        | Apoyo en pago de servicios  | Diarios, Semanal, mensual y anual. | Instituciones públicas |
|                        | Apoyo en pagos de materias primas, insumos y materiales   | Diarios, Semanal, mensual y anual. | Proveedores            |
| Otros datos de interés | Participar en cursos de actualización contable y tributaria.  |                                    |                        |

|                        |   |                                   |                 |
|------------------------|---|-----------------------------------|-----------------|
| Puesto:                | <b>Chef o Cocinero</b>  | Categoría:                        | Apoyo gerencial |
| Puesto del que depende |   | Jefe de Servicios                 |                 |
| Calidad y servicio.    |   |                                   |                 |
| FUNCIONES              | Verificar y solicitar insumo de acuerdo a los requerimientos del servicio.                        |                                   |                 |
|                        | Planear y organizar actividades.  |                                   |                 |
|                        | Usar y aplicar tecnologías en el trabajo.   |                                   |                 |
|                        | Planear y preparar la producción del día.   |                                   |                 |
| TAREAS                 | Usar ropa y calzado adecuado para el trabajo.   |                                   |                 |
|                        | Supervisar la limpieza de la cocina.  |                                   |                 |
|                        | Elaborar listado de materia prima.  |                                   |                 |
|                        | Organizar los materiales y utensilios de cocina necesarios para preparar los alimentos.           |                                   |                 |
| RESPONSABILIDADES      | Comprobar los ingredientes necesarios.  |                                   |                 |
|                        | Verificar que el sabor color y presentación del platillo cumplan con los estándares establecidos. |                                   |                 |
|                        | Supervisar el almacenamiento de los insumos.  |                                   |                 |
| ATRIBUCIONES           | Tomar decisiones referidas al Restaurante de comidas típicas “El buen Sabor”.                     |                                   |                 |
| RELACIONES INTERNAS    | <b>Motivo</b>   | <b>Frecuencia</b>                 | <b>Puesto</b>   |
|                        | Informes  | Diario, Semanal, mensual y anual. | Gerente         |
|                        | Presentar listado de insumos  | Diario, Semanal, mensual y anual. | Gerente         |
|                        | Cruce de información.   | Diario, Semanal, mensual y anual. | Gerente         |
| RELACIONES EXTERNAS    | <b>Motivo</b>   | <b>Frecuencia</b>                 | <b>Puesto</b>   |
|                        | Verificar gustos de los clientes.   | Diario, Semanal, mensual y anual. | Gerente         |
|                        | Contacto directo con los clientes.  | Diario, Semanal, mensual y anual. | Gerente         |
|                        | Materias primas, insumos y materiales   | Diario, Semanal, mensual y anual. | Gerente         |
| Otros datos de interés | Participar en cursos de actualización de cocina.  |                                   |                 |

|                        |   |                                  |                 |
|------------------------|---|----------------------------------|-----------------|
| Puesto:                | <b>Mesero</b>   | Categoría:                       | Apoyo gerencial |
| Puesto del que depende |   | Jefe de Cocina                   |                 |
| Apoyo                  |   |                                  |                 |
| FUNCIONES              | Mantener limpias las mesas  |                                  |                 |
|                        | Atender a los clientes en forma eficiente y eficaz  |                                  |                 |
| TAREAS                 | Mantener limpio su lugar de trabajo.  |                                  |                 |
|                        | Utilizar la vestimenta necesaria para el tipo de trabajo.                                     |                                  |                 |
|                        | Utilizar calzado adecuado.  |                                  |                 |
|                        | Mantener informado de requerimientos de insumos y materiales con el cocinero.                 |                                  |                 |
| RESPONSABILIDADES      | Seguir de forma estricta los procedimientos de higiene, limpieza, salud y seguridad.          |                                  |                 |
|                        | Colaborar con la tarea de cocinas básicas.  |                                  |                 |
|                        | Manejo y mantenimiento en utensilios de cocina.   |                                  |                 |
| ATRIBUCIONES           | Apoyo en la toma de decisiones del Restaurante de comidas típicas “Estancia de las Orquídeas” |                                  |                 |
| RELACIONES INTERNAS    | <b>Motivo</b>   | <b>Frecuencia</b>                | <b>Puesto</b>   |
|                        | Varios  | Diario, mensual, mensual, anual. | Cocinero.       |
|                        | Presentar actividades realizadas  | Diario, mensual, mensual, anual. | Cocinero.       |
|                        | Cruce de información  | Diario, mensual, mensual, anual. | Cocinero.       |
| RELACIONES EXTERNAS    | <b>Motivo</b>   | <b>Frecuencia</b>                | <b>Puesto</b>   |
|                        | Mantener relaciones humanas   | Diario, mensual, mensual, anual. | Cocinero.       |
|                        | Apoyo instalaciones del lugar.  | Diario, mensual, mensual, anual. | Cocinero.       |
|                        | Apoyo en el mantenimiento de materias primas, insumos y materiales                            | Diario, mensual, mensual, anual. | Cocinero.       |

## **ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO**

El presente estudio Económico - Financiero tiene como objetivo presentar los datos correspondientes a las inversiones, los costos e ingresos previstos para el funcionamiento del Restaurante y con los mismos poder proyectar los estados financieros proforma, el flujo de caja y evaluar finalmente el proyecto financieramente con el fin de determinar si es factible la implementación del Restaurante y es rentable de acuerdo a las expectativas de los inversionistas, de esta manera a continuación se inicia realizando un presupuesto de las inversiones requeridas para la implementación de la empresa.

### **Presupuesto**

El primer aspecto que se ha analizado del restaurante es el de realizar un presupuesto de inversión acorde a lo que el restaurante tiene como alcance, dentro de esto se podrá analizar qué porcentaje de financiamiento se requiere y sobre todo permitirá evaluar la inversión realizada si finalmente es rentable o no. El presupuesto nos da a conocer los ingresos y egresos que podrán efectuarse tanto para la puesta en marcha y el funcionamiento del restaurante.

### **Presupuesto de inversión**

Es un supuesto aproximado de cuanto se va a invertir para lograr poner en marcha el negocio y los recursos con los cuales se financiarán las inversiones. Las inversiones representan la suma de los bienes y servicios necesarios para implementar el proyecto, comprende la adquisición de todos los activos fijos o

tangibles y diferidos o intangibles necesarios para empezar las operaciones del Restaurante. Los rubros necesarios de la inversión son los siguientes:

- Inversión en Activos Fijos
- Inversión en Activos Diferidos (Activos intangibles)
- Capital de Trabajo

### **Inversión en Activos Fijos**

Los Activos Fijos son aquellos que se deprecian y se utilizan para el proceso de transformación de los insumos, o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.

Los activos fijos están conformados por Terreno, construcciones, muebles y enseres, equipo de computación, equipo de oficina, maquinaria y lo que se necesite para la adecuación y funcionamiento del Restaurante.

### **Terrenos**

Es el desembolso de dinero en efectivo que se realiza por la adquisición de un lote de terreno de 5.000m<sup>2</sup>, con un costo de uno con cuarenta dólares americanos. El monto total de este rubro asciende a siete mil dólares americanos (\$7.000.00).

Cuadro 25: Terreno

| <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Descripción</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-----------------|-------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| 5000            | m <sup>2</sup>          | Terreno            | 1,40                  | 7.000,00           |
|                 |                         |                    |                       | 7.000,00           |

Fuente: GAD MUNICIPAL DEL TENA

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Construcciones

Son aquellas erogaciones que se realizan por el pago de la construcción del Restaurante. El monto total del presente rubro asciende a sesenta y dos mil quinientos Dólares americanos (\$.62.500.00).

**Cuadro 26: Construcciones:**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción  | Costo unitario | Valor Total |
|----------|------------------|--------------|----------------|-------------|
| 250      | metros cuadrados | Construcción | 250,00         | 62.500,00   |
|          |                  | TOTAL        |                | 62.500,00   |

**Fuente:** Cámara de la Construcción del Tena

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Maquinaria

Son aquellos desembolsos que se realizan por la adquisición de la maquinaria para llevar a efecto todos los procesos productivos en alimentación y dar un servicio de calidad. El monto del presente rubro asciende a \$. 6.327.00.

**Cuadro 27: Maquinaria**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción                       | Costo unitario | Valor Total     |
|----------|------------------|-----------------------------------|----------------|-----------------|
| 1        | unidad           | Cocina industrial de 6 quemadores | 850,00         | 850,00          |
| 1        | unidad           | Licadora industrial               | 585,00         | 585,00          |
| 1        | unidad           | Refrigeradora de 12 pies          | 800,00         | 800,00          |
| 1        | unidad           | Congelador                        | 650,00         | 650,00          |
| 1        | unidad           | Cafetera                          | 295,00         | 295,00          |
| 1        | Unidad           | Horno                             | 450,00         | 450,00          |
| 1        | Unidad           | Mostrador de Comidas              | 815,00         | 815,00          |
| 1        | Unidad           | Microondas                        | 250,00         | 250,00          |
| 1        | Unidad           | Batidora                          | 1.100,00       | 1.100,00        |
| 1        | Unidad           | Tostadora                         | 112,00         | 112,00          |
| 2        | Juegos           | Ollas Industriales                | 210,00         | 420,00          |
|          | <b>TOTAL</b>     |                                   |                | <b>6.327,00</b> |

**Fuente:** Mercado Libre

## Equipos

Son aquellos desembolsos que se realizan por la adquisición de equipos que permiten en desempeño de las actividades operativas en el restaurante. El monto total asciende a \$.600.00.

**Cuadro 28: Equipos**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción                  | Costo unitario | Valor Total   |
|----------|------------------|------------------------------|----------------|---------------|
| 1        | unidad           | Motor de energía eléctrica   | 500,00         | 500,00        |
| 1        | unidad           | Cilindro para gas industrial | 100,00         | 100,00        |
|          | <b>TOTAL</b>     |                              |                | <b>600,00</b> |

Fuente: Mercado Libre

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Muebles y Enseres

Son aquellas erogaciones que se realizan por la compra de muebles para adecuar el restaurante. El costo total asciende a \$.4.165.00

**Cuadro 29: Muebles y Enseres**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción              | Costo unitario | Valor Total     |
|----------|------------------|--------------------------|----------------|-----------------|
| 25       | Juegos           | Comedor de cuatro sillas | 130,00         | 3.250,00        |
| 3        | unidades         | Sillas para niños        | 25,00          | 75,00           |
| 1        | unidad           | Counter                  | 250,00         | 250,00          |
| 1        | unidad           | Estante para cocina      | 300,00         | 300,00          |
| 1        | unidad           | Taburete                 | 90,00          | 90,00           |
| 4        | unidades         | sillas de madera         | 50,00          | 200,00          |
|          | <b>TOTAL</b>     |                          |                | <b>4.165,00</b> |

Fuente: Becob Muebles

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Equipos de oficina

Son aquellos bienes que permiten realizar las operaciones en forma rápida y eficiente. El monto total asciende a \$.490,00.

**Cuadro 30: Equipos de oficina**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción       | Costo unitario | Valor Total |
|----------|------------------|-------------------|----------------|-------------|
| 1        | unidad           | Sumadora          | 90,00          | 90,00       |
| 1        | unidad           | Caja registradora | 400,00         | 400,00      |
|          | TOTAL            |                   | 490,00         | 490,00      |

Fuente: Librería Robalino

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Equipo de Telecomunicaciones**

Es el desembolso que se realizó por la compra de una central telefónica, la misma que permitirá estar en contacto con clientes y proveedores. El monto total de este rubro asciende a \$.250,00.

**Cuadro 31: Equipo de Telecomunicaciones**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción        | Costo unitario | Valor Total |
|----------|------------------|--------------------|----------------|-------------|
| 1        | unidad           | Central Telefónica | 250,00         | 250,00      |
|          | TOTAL            |                    |                | 250,00      |

Fuente: CNT

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Equipos de computación**

Son aquellas erogaciones que se realizan por concepto de adquisición de un computador para de esa forma tener una base de datos de los clientes. El monto total asciende a \$.850.00.

**Cuadro 32: Equipo de computación**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción | Costo unitario | Valor Total |
|----------|------------------|-------------|----------------|-------------|
| 1        | unidad           | Computador  | 850,00         | 850,00      |
|          | TOTAL            |             |                | 850,00      |

Fuente: Worlcompu Tena

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Vehículo

Son aquellos desembolsos que se realizan por la adquisición de un vehículo para hacer las compras de materias primas directas e indirectas. El costo total es de \$.19.000,00.

**Cuadro 33: Vehículo**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción                      | Costo unitario | Valor Total      |
|----------|------------------|----------------------------------|----------------|------------------|
| 1        | unidad           | Camioneta doble cabina Chevrolet | 19.000,00      | 19.000,00        |
|          | <b>TOTAL</b>     |                                  |                | <b>19.000,00</b> |

Fuente: Mercado Libre

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Equipos de adecuación del Restaurante

Son aquellos desembolsos que se realizan por la compra de equipos para adecuar el restaurante y dar mayor comodidad y confort a los clientes. El monto total asciende a \$.2.620.00.

**Cuadro 34: Equipos de adecuación del Restaurante**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción           | Costo unitario | Valor Total     |
|----------|------------------|-----------------------|----------------|-----------------|
| 6        | unidades         | Ventiladores de Techo | <b>220,00</b>  | <b>1.320,00</b> |
| 2        | unidad           | Televisor 42"         | 650,00         | 1.300,00        |
|          | <b>TOTAL</b>     |                       |                | <b>2.620,00</b> |

Fuente: Mercado Libre

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Equipos de seguridad

Son todas aquellas erogaciones que se realizan por concepto de adquisiciones de extintores y cámaras de seguridad. El monto asciende a \$.550.00.

**Cuadro 35: Equipos de Seguridad**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción | Costo unitario | Valor Total |
|----------|------------------|-------------|----------------|-------------|
| 2        | unidad           | Extintores  | 135,00         | 270,00      |
| 1        | unidad           | Alarma      | 280,00         | 280,00      |
|          | TOTAL            |             |                | 550,00      |

Fuente: AGA

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Equipos para mantenimiento

Son aquellos gastos que se generan por concepto de adquisición de equipos y herramientas para jardinería, generadores de energía entre otros. El monto de este rubro asciende a doce mil novecientos ochenta y nueve, con cuarenta y dos centavos de dólar americano (\$.12.989.42).

**Cuadro 36: Resumen de Activos Fijos**

| Descripción                   | Valor Total       |
|-------------------------------|-------------------|
| Terrenos                      | 7.000,00          |
| Construcciones                | 62.500,00         |
| Maquinaria                    | 6.327,00          |
| Equipos                       | 600,00            |
| Muebles y Enseres Restaurante | 4.165,00          |
| Equipos de oficina            | 490,00            |
| Equipo de Telecomunicaciones  | 250,00            |
| Equipo de Computación         | 850,00            |
| Vehículo                      | 19.000,00         |
| Equipo adecuación restaurante | 2.620,00          |
| Equipos de Seguridad          | 550,00            |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>    | <b>104.352,00</b> |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### ACTIVOS DIFERIDOS

Son todos aquellos desembolsos que se realizan por anticipado, o sea antes de entrar en operación la empresa. El monto total de este rubro asciende a mil ochocientos veinte dólares americanos (\$.1.820.00).

Cuadro 37: Activos Diferidos

| <b>Descripción</b>             | <b>Valor Total</b> |
|--------------------------------|--------------------|
| Estudios Preliminares          | 500,00             |
| Gastos de Constitución         | 1.000,00           |
| Permisos de Funcionamiento     | 200,00             |
| Afiliación Cámara de Turismo   | 120,00             |
| <b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b> | <b>1.820,00</b>    |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **CAPITAL DE TRABAJO**

Para determinar el monto requerido como capital de operación, capital de trabajo o fondo de maniobra, no se toma en consideración los valores correspondientes a depreciaciones y amortizaciones de diferidos, ya que estos valores se los consideran y contabiliza para el ejercicio anual, por otro lado los valores correspondientes a dichos rubros no significan desembolsos monetarios para la empresa.

## **COSTO DEL SERVICIO**

Dentro de éste rubro se tiene todos los presupuestos relacionados al servicio que se va a otorgar.

### **Mano de obra**

Son las personas que laboran directamente en el proceso de servicio para esto se ha estimado un monto de treinta y dos mil trescientos ochenta y ocho dólares americanos (\$.32.388.00).

**Cuadro 38: Mano de Obra Directa**

| Cantidad | Descripción      | Sueldo Unificado     | XIII-Sueldo | XIV Sueldo | Aporte Patronal 12.5% | Sueldo a Pagar | TOTAL A PAGAR |
|----------|------------------|----------------------|-------------|------------|-----------------------|----------------|---------------|
| 1        | Chef o cocinero  | 600,00               | 50,00       | 31,33      | 75,00                 | 756,33         | 756,33        |
| 2        | Ayudantes cocina | 376,00               | 31,33       | 31,33      | 47,00                 | 485,67         | 971,33        |
| 2        | Saloneros        | 376,00               | 31,33       | 31,33      | 47,00                 | 485,67         | 971,33        |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b> |             |            |                       |                | 2.699,00      |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>   |             |            |                       |                | 32.388,00     |

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Menaje para cocina

Son aquellos gastos que se generan por adquisición de implementos para dar un mejor servicio de alimentación en el Restaurante. El monto de este rubro asciende a dos mil setecientos diecisiete con cincuenta centavos de dólar americano (\$2.717.50).

**Cuadro 39: Menaje de Cocina**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción                                  | Costo unitario | Valor Total     |
|----------|------------------|--|----------------|-----------------|
| 15       | Juegos           | Cubiertos                                    | 25,00          | 375,00          |
| 10       | Juegos           | Platos y tazones de Kuya Muyo de 12 unidades | 60,00          | 600,00          |
| 10       | Juegos           | Platos tendidos, tazas y platillos           | 35,00          | 350,00          |
| 25       | unidades         | Jarras de arcilla                            | 4,00           | 100,00          |
| 25       | Juegos           | Saleros, azucareros y especias               | 2,00           | 50,00           |
| 50       | unidades         | Manteles bordados típicos del lugar          | 8,00           | 400,00          |
| 25       | unidades         | Floreros                                     | 1,50           | 37,50           |
| 2        | Juegos           | Cucharones de madera                         | 10,00          | 20,00           |
| 2        | Juegos           | Cucharones de acero                          | 25,00          | 50,00           |
| 2        | Juegos           | Cuchillos                                    | 35,00          | 70,00           |
| 1        | unidad           | Exprimidor eléctrico                         | 120,00         | 120,00          |
| 6        | unidades         | Bandejas de acero                            | 45,00          | 270,00          |
| 5        | unidades         | Legumbreras                                  | 25,00          | 125,00          |
| 4        | Juegos           | Reposteros                                   | 15,00          | 60,00           |
| 5        | unidades         | Tazones                                      | 18,00          | 90,00           |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>                           |                | <b>2.717,50</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b>                         |                | <b>226,46</b>   |

**Fuente:** Artesanías del Lugar y Mercado Libre

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Insumos para alimentación

Son aquellos desembolsos que se realizan por la adquisición de materias primas para ofrecer el servicio de alimentación. El monto de este rubro asciende a veintidós mil novecientos noventa y seis, con treinta y tres centavos de dólar americano (\$.22.996.00).

**Cuadro 40. Insumos para alimentación**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción                  | Costo unitario | Valor Total |
|----------|------------------|------------------------------|----------------|-------------|
| 1825     | libras           | Tilapia                      | 1,50           | 2.737,50    |
| 1000     | unidades         | Chonta curó                  | 0,15           | 150,00      |
| 50       | Tacos            | Palmito Yuyo                 | 2,00           | 100,00      |
| 12       | Racimos          | Chonta                       | 3,00           | 36,00       |
| 12       | Sacos            | Yuca                         | 8,00           | 96,00       |
| 12       | Racimas          | Verde                        | 3,00           | 36,00       |
| 5        | Fundas           | Guayusa                      | 3,00           | 15,00       |
| 5        | quintales        | Azúcar                       | 45,00          | 225,00      |
| 12       | quintales        | Arroz                        | 54,00          | 648,00      |
| 3650     | Libras           | Carnes Rojas (chancho y Res) | 2,80           | 10.220,00   |
| 1825     | Libras           | Pollo                        | 1,50           | 2.737,50    |
| 2        | Canecas          | Aceite                       | 60,00          | 120,00      |
| 1        | Saco             | Sal (cien libras)            | 35,00          | 35,00       |
|          |                  | Legumbres y hortalizas       | 10,00          | 3.650,00    |
|          |                  | Especias                     | 1,00           | 365,00      |
|          |                  | Frutas                       | 5,00           | 1.825,00    |
|          |                  | TOTAL ANUAL                  |                | 22.996,00   |
|          |                  | TOTAL MENSUAL                |                | 1.916,33    |

**Fuente:** TIA

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Bebidas y Licores

Son aquellos desembolsos que se realizan por la compra de bebidas, para dar un servicio adicional de calidad. El monto de este rubro asciende a tres mil ciento sesenta y nueve dólares americanos. (\$.3.169.00).

**Cuadro 41: Bebidas**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción          | Costo unitario | Valor Total     |
|----------|------------------|----------------------|----------------|-----------------|
| 244      | Pacas            | Colas personales     | 3,00           | 732,00          |
| 244      | Pacas            | Agua                 | 3,00           | 732,00          |
| 155      | Jabas            | Cerveza Pilsener     | 11,00          | 1.705,00        |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>   |                | <b>3.169,00</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b> |                | <b>264,08</b>   |

Fuente: Distribuidores de bebidas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Material de Combustión

Es aquel desembolso que se realiza por la compra de gas, para la preparación de los alimentos. El monto de este rubro asciende a ciento cincuenta y seis dólares americanos (\$.156.00).

**Cuadro 42: Material de combustión**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción          | Costo unitario | Valor Total   |
|----------|------------------|----------------------|----------------|---------------|
| 48       | Bombonas         | Gas licuado          | 3,25           | 156,00        |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>   |                | <b>156,00</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b> |                | <b>13,00</b>  |

Fuente: Depósitos de Gas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Indumentaria

Son aquellos gastos que se generaron por la compra de material para que utilicen los cocineros y meseros para protección de los mismos. El monto total de este rubro asciende a ciento veintisiete dólares americanos (\$.127.60).

**Cuadro 43: Indumentaria**

| <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Descripción</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-----------------|-------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| 6               | unidades                | Delantales         | 8,00                  | 48,00              |
| 24              | unidades                | Gorros             | 3,00                  | 72,00              |
| 2               | docenas                 | Guantes            | 3,80                  | 7,60               |
|                 |                         | TOTAL ANUAL        |                       | 127,60             |
|                 |                         | TOTAL MENSUAL      |                       | 10,63              |

Fuente: AGA

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### **Servicio de Agua Potable**

Es el pago que se realiza por el gasto de agua potable. El costo que se cancela es de ciento quince dólares americanos. (\$.115.00).

**Cuadro 44: Agua Potable**

| <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Descripción</b> | <b>Costo unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-----------------|-------------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| 2.300           | m                       | Agua               | 0,05                  | 115,00             |
|                 |                         | TOTAL ANUAL        |                       | 115,00             |
|                 |                         | TOTAL MENSUAL      |                       | 9,58               |

Fuente: Empresa de Agua Potable

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### **Servicio de Energía Eléctrica**

Son aquellos desembolsos que se realizan por el consumo de energía eléctrica. El monto de este rubro asciende a trescientos cuarenta y dos dólares americano (\$.342.00).

**Cuadro 45: Energía Eléctrica**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción                 | Costo unitario | Valor Total   |
|----------|------------------|-----------------------------|----------------|---------------|
| 3.800    | KW/h             | Energía Eléctrica Comercial | 0,09           | 342,00        |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>          |                | <b>342,00</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b>        |                | <b>28,50</b>  |

Fuente: Depósitos de Gas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Servicio de Teléfono

Son erogaciones que se realizan por concepto de consumo de teléfono convencional y móvil. El monto de este rubro asciende a doscientos cincuenta dólares americanos. (\$.250.00).

**Cuadro 46: Teléfono**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción          | Costo unitario | Valor Total   |
|----------|------------------|----------------------|----------------|---------------|
| 5000     | Minutos          | Gas licuado          | 0,05           | 250,00        |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>   |                | <b>250,00</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b> |                | <b>20,83</b>  |

Fuente: CNT

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Servicio de Internet y TV Cable

Son desembolsos que se realizan por los paquetes de internet y TV Cable que se requieren para dar un servicio de calidad a los clientes. El monto total de este rubro asciende a trescientos dólares americanos. (\$.300,00).

**Cuadro 47: Servicio de Internet y TV-Cable**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción          | Costo unitario | Valor Total   |
|----------|------------------|----------------------|----------------|---------------|
| 1        | Paquete          | TV-CABLE E INTERNET  | 25.00          | 300,00        |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>   |                | <b>300,00</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b> |                | <b>25,00</b>  |

Fuente: CNT

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Es el valor que se tiene que desembolsar por el mantenimiento de maquinaria y equipo y se mantengan en buen estado. El monto total asciende a sesenta y nueve con veintisiete centavos de dólar.(\$. 69.27).

### Cuadro 48: Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

| Descripción                            | Valor Total |
|--|-------------|
| Mantenimiento Maquinaria y Equipo (1%) | 69,27       |
| TOTAL ANUAL                            | 69,27       |
| TOTAL MENSUAL                          | 5,77        |

**Fuente:** Presupuestos de maquinaria y equipo

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Material de Aseo

Son aquellas erogaciones que se realizan por la adquisición de material de aseo, para mantener en óptimas condiciones el restaurante. El monto total de este rubro asciende a doscientos sesenta y tres con ochenta dólares americanos (\$.263.80)

### Cuadro 49: Materiales de Aseo

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción              | Costo unitario | Valor Total   |
|----------|------------------|--------------------------|----------------|---------------|
| 6        | unidades         | Trapeadores              | 3,60           | 21,60         |
| 6        | unidades         | Escobas de plástico      | 3,50           | 21,00         |
| 4        | unidades         | Baldes de lava           | 11,80          | 47,20         |
| 6        | unidades         | Pacas de Papel Higiénico | 8,00           | 48,00         |
| 1        | Galón            | Jabón líquido            | 18,00          | 18,00         |
| 12       | galones          | Desinfectantes           | 5,60           | 67,20         |
| 2        | unidades         | Recogedores de basura    | 3,00           | 6,00          |
| 2        | fundas           | Detergente               | 12,00          | 24,00         |
| 6        | Litros           | Cloro                    | 1,80           | 10,80         |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>       |                | <b>263,80</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b>     |                | <b>21,98</b>  |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Cuadro 50: Resumen de Costo del Servicio**

| <b>Descripción</b>                   | <b>Valor Anual</b> | <b>Valor Mensual</b> |
|--------------------------------------|--------------------|----------------------|
| Mano de obra directa                 | 32.388,00          | 2.699,00             |
| Menaje de Cocina                     | 2.717,50           | 226,46               |
| Insumos para alimentación            | 22.996,00          | 1.916,33             |
| Bebidas                              | 3.169,00           | 264,08               |
| Material de combustión               | 156,00             | 13,00                |
| Indumentaria                         | 127,60             | 10,63                |
| Agua                                 | 115,00             | 9,58                 |
| Luz                                  | 342,00             | 28,50                |
| Teléfono                             | 250,00             | 20,83                |
| Tv-Cable e Internet                  | 300,00             | 25,00                |
| Mantenimiento de maquinaria y equipo | 69,27              | 5,77                 |
| Utensilios de aseo                   | 263,80             | 21,98                |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>62.894,17</b>   | <b>5.241,18</b>      |

**Fuente:** Presupuestos

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **COSTOS OPERATIVOS**

Son aquellos gastos que empiezan a generarse una vez implementado el proyecto, no olvidemos que el proyecto ya está implementado pero aun continua en la fase de proyecto hasta que no logre su fin de creación. Estos costos están relacionados a los gastos de administración, venta y financieros.

### **Gastos de Administración**

Son aquellos gastos que se generan en el departamento de administración como son: sueldos y salarios, útiles de oficina, utensilios de aseo, entre otros.

### **Sueldos y Salarios.**

En el Código de Trabajo establece que el sueldo es la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado. La ESTIPULACIÓN DE LOS

SUELDOS Y SALARIOS se establecerá libremente entre las partes, pero en ningún caso pueden ser inferiores a los mínimos legales o sectoriales. El monto de este rubro asciende a diecinueve mil doscientos ochenta y dos dólares americanos. (\$.19.282.00).

**Cuadro 51: Sueldos y Salarios**

| Cantidad | Descripción   | Sueldo Unificado     | XIII-Sueldo | XIV Sueldo | Aporte Patronal 12.5% | Sueldo a Pagar   |
|----------|---------------|----------------------|-------------|------------|-----------------------|------------------|
| 1        | Administrador | 500,00               | 41,67       | 31,33      | 62,50                 | 635,50           |
| 1        | Cobrador/a    | 376,00               | 31,33       | 31,33      | 47,00                 | 485,67           |
| 1        | Guardia       | 376,00               | 31,33       | 31,33      | 47,00                 | 485,67           |
|          |               | <b>TOTAL MENSUAL</b> |             |            |                       | <b>1.606,83</b>  |
|          |               | <b>TOTAL ANUAL</b>   |             |            |                       | <b>19.282,00</b> |

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Útiles de oficina

Constituyen los materiales y útiles que se emplean en la empresa, los principales son papel bond, esferos, tinta para la impresora, facturas entre otros. El total de este rubro asciende a ciento veintinueve con treinta centavos de dólar americano. (\$.129.30).

**Cuadro 52: Útiles de oficina**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción          | Costo unitario | Valor Total   |
|----------|------------------|----------------------|----------------|---------------|
| 6        | resmas           | Papel bond           | 3,20           | 19,20         |
| 1        | unidad           | Engrapadora          | 5,80           | 34,80         |
| 1        | unidad           | Perforadora          | 5,30           | 5,30          |
| 1        | Caja             | Esferos              | 3,90           | 3,90          |
| 6        | Caja             | Lápices              | 2,80           | 2,80          |
| 3        | Cajas            | Clip                 | 0,80           | 4,80          |
| 3        | Unidades         | Archivadores BENE    | 4,50           | 13,50         |
|          | Unidades         | Basureros            | 15,00          | 45,00         |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>   |                | <b>129,30</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b> |                | <b>10,78</b>  |

Fuente: Imprenta y librería amazonas

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Cuadro 53: Resumen Gastos de Administración**

| Descripción        | Valor Anual      | Valor Mensual   |
|--------------------|------------------|-----------------|
| Sueldos y Salarios | 19.282,00        | 1.606,83        |
| Útiles de Oficina  | 129,30           | 10,78           |
| <b>TOTAL</b>       | <b>19.411,30</b> | <b>1.617,61</b> |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Gastos de Venta**

Son todos aquellos gastos que se generan en el departamento de ventas como son: publicidad, útiles de oficina, entre otros.

### **Útiles de oficina (factureros)**

Es un desembolso por la elaboración de facturas para el cobro del servicio. El presente rubro asciende a ciento cincuenta y seis dólares americanos. (\$.156.00).

**Cuadro 54: Útiles de oficina (Ventas)**

| Cantidad | Unidad de Medida | Descripción          | Costo unitario | Valor Total   |
|----------|------------------|----------------------|----------------|---------------|
| 12       | unidades         | Factureros           | 13,00          | 156,00        |
|          |                  | <b>TOTAL ANUAL</b>   |                | <b>156,00</b> |
|          |                  | <b>TOTAL MENSUAL</b> |                | <b>13,00</b>  |

Fuente: Imprenta Amazonas

Elaboración Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Gastos de embalaje para ventas**

Son aquellos desembolsos que se realizan por la adquisición de materiales para la venta de alimentos como son tarrinas, fundas para llevar las tarrinas, cubiertos plásticos, etc. El monto total de este rubro asciende a trescientos noventa y ocho con veinte dólares americanos. (\$.398.20).

**Cuadro 55: Gasto de embalaje para venta**

| <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Descripción</b>                | <b>Costo unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-----------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------|--------------------|
| 200             | unidad                  | Tarrinas                          | 0,15                  | 30,00              |
| 6               | docenas                 | Fundas con logotipo de la empresa | 6,00                  | 36,00              |
| 6               | docenas                 | Cubiertos plásticos               | 1,20                  | 7,20               |
|                 |                         | <b>TOTAL ANUAL</b>                |                       | <b>398,20</b>      |
|                 |                         | <b>TOTAL MENSUAL</b>              |                       | <b>33,18</b>       |

Fuente: TIA

Elaboración Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Publicidad**

Es la difusión que realizará la empresa, aparte de brindarles a los clientes un servicio de gran calidad y una posibilidad de difusión estando en contacto siempre a través de los registros e informándole acerca de sus intereses. La publicidad se la realizará en Radio Ally TV y la Radio Oriental del Tena. El monto total del presente rubro asciende a cinco mil novecientos trece con cincuenta y ocho centavos de dólar americano (\$5.913,58).

**Cuadro 56: Gastos de Publicidad**

| <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Descripción</b>   | <b>Costo unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-----------------|-------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| 365             | cuñas                   | Televisión Ally TV   | 10,00                 | 3.650,00           |
| 730             | Cuñas                   | Radio Oriental       | 2,50                  | 1.825,00           |
|                 |                         | <b>TOTAL ANUAL</b>   |                       | <b>5.913,58</b>    |
|                 |                         | <b>TOTAL MENSUAL</b> |                       | <b>492,80</b>      |

Fuente: Imprenta Amazonas

Elaboración Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Gastos de Promoción**

Son aquellas erogaciones que se realizan por la adquisición de suvenires para entregar a los clientes y de esa forma posicionar el restaurante en el mercado. El monto total asciende a cuatrocientos ochenta dólares americanos (\$480,00)

**Cuadro 57: Gastos de Promoción**

| <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Descripción</b>                      | <b>Costo unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-----------------|-------------------------|---|-----------------------|--------------------|
| 10              | docenas                 | Esferos con el logotipo del restaurante | 12,00                 | 120,00             |
| 120             | unidades                | Gorras                                  | 3,00                  | 360,00             |
|                 |                         | <b>TOTAL ANUAL</b>                      |                       | <b>480,00</b>      |
|                 |                         | <b>TOTAL MENSUAL</b>                    |                       | <b>40,00</b>       |

Fuente: Imprenta Amazonas

Elaboración Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Combustibles y Lubricantes

Son aquellos gastos que se generan por la compra de combustible y los cambios de aceites y lubricantes del vehículo, para mantenerlo en óptimas condiciones.

El monto total de este rubro asciende a mil setecientos setenta y nueve con veinte dólares americanos.

**Cuadro 58: Combustibles y Lubricantes**

| <b>Cantidad</b> | <b>Unidad de Medida</b> | <b>Descripción</b>   | <b>Costo unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-----------------|-------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| 540             | Galones                 | Gasolina Eco.        | 1,48                  | 799,20             |
| 4               | veces                   | Cambio de Aceite     | 35,00                 | 140,00             |
| 1               | Cambio                  | Llantas              | 600,00                | 600,00             |
| 2               | Revisiones              | Mecánicas            | 120,00                | 240,00             |
|                 |                         | <b>TOTAL ANUAL</b>   |                       | <b>1.779,20</b>    |
|                 |                         | <b>TOTAL MENSUAL</b> |                       | <b>148,27</b>      |

Fuente: Gasolineras del Tena

Elaboración Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Cuadro 59: Resumen Gastos de Venta**

| <b>Descripción</b>           | <b>Valor Anual</b> | <b>Valor Mensual</b> |
|------------------------------|--------------------|----------------------|
| Útiles de Oficina            | 156,00             | 13,00                |
| Gastos de Embalaje           | 398,20             | 33,18                |
| Gastos de Publicidad         | 5.913,58           | 492,80               |
| Gastos de Promoción          | 480,00             | 40,00                |
| Combustibles y Lubricantes   | 1.779,20           | 148,27               |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b> | <b>8.726,98</b>    | <b>727,25</b>        |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Monto de la Inversión

Determinados los presupuestos correspondientes en el proyecto objeto de estudio se procede a determinar el monto total de la inversión.

**Cuadro 60: Monto de la Inversión**

| DESCRIPCION                          | V/PARCIAL | V/TOTAL    |
|--------------------------------------|-----------|------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>                 |           |            |
| Terrenos                             | 7.000,00  |            |
| Construcciones                       | 62.500,00 |            |
| Maquinaria                           | 6.327,00  |            |
| Equipos                              | 600,00    |            |
| Muebles y Enseres Restaurante        | 4.165,00  |            |
| Equipos de oficina                   | 490,00    |            |
| Equipo de Telecomunicaciones         | 250,00    |            |
| Equipo de Computación                | 850,00    |            |
| Vehículo                             | 19.000,00 |            |
| Equipo adecuación restaurante        | 2.620,00  |            |
| Equipos de Seguridad                 | 550,00    |            |
| <b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>           |           | 104.352,00 |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>             |           |            |
| Estudios Preliminares                | 500,00    |            |
| Gastos de Constitución               | 1.000,00  |            |
| Permisos de Funcionamiento           | 200,00    |            |
| Afiliación Cámara de Turismo         | 120,00    |            |
| <b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>       |           | 1.820,00   |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO (1 MES)</b>    |           |            |
| <b>COSTO DEL SERVICIO</b>            |           |            |
| Mano de obra directa                 | 2.699,00  |            |
| Menaje de Cocina                     | 226,46    |            |
| Insumos para alimentación            | 1.916,33  |            |
| Bebidas                              | 264,08    |            |
| Material de combustión               | 13,00     |            |
| Indumentaria                         | 10,63     |            |
| Agua                                 | 9,58      |            |
| Luz                                  | 28,50     |            |
| Teléfono                             | 20,83     |            |
| Tv-Cable e Internet                  | 25,00     |            |
| Mantenimiento de maquinaria y equipo | 5,77      |            |
| Utensilios de aseo                   | 21,98     |            |
| <b>TOTAL COSTO DEL SERVICIO</b>      |           | 5.241,18   |
| <b>COSTOS OPERATIVOS</b>             |           |            |

|                                       |                 |            |
|---------------------------------------|-----------------|------------|
| GASTOS DE ADMINISTRACION              |                 |            |
| Sueldos y Salarios                    | 1.606,83        |            |
| Útiles de Oficina                     | 10,78           |            |
| <b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b> | <b>1.617,61</b> |            |
| GASTOS DE VENTA                       |                 |            |
| Útiles de Oficina                     | 13,00           |            |
| Gastos de Embalaje                    | 33,18           |            |
| Gastos de Publicidad                  | 492,80          |            |
| Gastos de Promoción                   | 40,00           |            |
| Combustibles y Lubricantes            | 148,27          |            |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>          | <b>727,25</b>   |            |
| <b>TOTAL COSTO OPERATIVO</b>          |                 | 2.344,86   |
| <b>TOTAL MONTO DE LA INVERSION</b>    |                 | 113.758,04 |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## FINANCIAMIENTO<sup>2</sup>

La financiación constituye un aspecto muy importante para el desarrollo del proyecto es así que se realizará el estudio de varios factores como, determinación total de la inversión, fuentes de financiamiento, entre otros para finalmente desarrollar criterios de evaluación de proyectos que permitan determinar si una inversión es o no factible.

El financiamiento es muy importante al momento de iniciar un proyecto, ya que sirve como medio impulsador, para llegar a cumplir con los objetivos que se pretende alcanzar.

Existen algunas fuentes de financiamiento como son las fuentes internas y las fuentes externas:

---

<sup>2</sup>. SAPAG, Nain, Proyectos de inversión. Formulación y Evaluación. Pearson. Prentice Hall.

**Fuentes internas:** Es el aporte de capital que realizan los socios de la empresa, en este caso el capital propio es de \$.40.758.04.

**Fuentes externas:** Son los créditos que otorgan las instituciones financieras, con su respectiva tasa de interés, en el presente proyecto se accederá a un crédito a través de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus de \$.73.000.00.00 a una tasa de interés del 14% a 10 años plazo.

**Cuadro 61: Financiamiento**

| DESCRIPCION                        | MONTO             | PORCENTAJE  |
|------------------------------------|-------------------|-------------|
| Capital propio                     | 40.758,04         | 36%         |
| Cooperativa Ahorro y Crédito Oscus | 73.000,00         | 64%         |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>113.758,04</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Cooperativa Ahorro y Crédito Oscus

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **ANALISIS DE COSTOS**

Debido a la variedad de situaciones que se presentan en las operaciones normales de las empresas surge la necesidad de clasificar los recursos que se utilizan:

**Costos:** son todos los recursos que utiliza la empresa sobre los cuales espera obtener un beneficio futuro.

**Gastos:** son todos los recursos que al incurrirse o erogarse proporcionan un beneficio inmediato a la empresa.

Existen algunos gastos que dependiendo de dónde se incurren se consideran como costos o gastos.

- Si se incurren en actividades o procesos de producción se consideran como costo de producción.
- Si se incurren en actividades de comercialización (venta o marketing) o de soporte (administración) pueden considerarse por lo general como gastos de venta o de administración.

### **Costos de producción o del Servicio<sup>3</sup>**

Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien o de un servicio. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso. Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios; se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades, etc.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, energía eléctrica, servicios, etc.).

### **Depreciaciones**

Es el desgaste físico que sufren los activos fijos, durante la operación de las actividades de la empresa.

---

<sup>3</sup>. Baca Urbina, Evaluación de Proyectos de Inversión. Mc. Graw Hill.

**Cuadro 62: Depreciaciones**

| BIENES  | MONTO            | % DEPRECIACION | VIDA UTIL | DEPRECIACION ANUAL | VALOR EN LIBROS  |
|---|------------------|----------------|-----------|--------------------|------------------|
| Depreciación de Construcciones                | 62.500,00        | 5%             | 20 años   | 3.125,00           | 31.250,00        |
| Depreciación de Maquinaria                    | 6.327,00         | 10%            | 10 años   | 632,70             | -                |
| Depreciación de Equipos                       | 600,00           | 10%            | 10 años   | 60,00              |                  |
| Depreciación de Muebles y Enseres Restaurante | 4.165,00         | 10%            | 10 años   | 416,50             | -                |
| Depreciación de Equipos de oficina            | 490,00           | 10%            | 10 años   | 49,00              | -                |
| Depreciación de Equipo de Computación         | 850,00           | 33%            | 3 años    | 283,31             | 0,09             |
| Depreciación de Vehículo                      | 19.000,00        | 20%            | 5 años    | 3.800,00           |                  |
| Depreciación de Equipo adecuación restaurante | 2.620,00         | 10%            | 10 años   | 262,00             | -                |
| Depreciación Equipos de Seguridad             | 550,00           | 10%            | 10 años   | 55,00              | -                |
| <b>TOTAL</b>                                  | <b>97.102,00</b> |                |           | <b>8.683,51</b>    | <b>31.250,09</b> |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Reinversión de activos fijos**

Se la realiza una vez que los activos fijos han concluido con su vida útil, y los mismos necesitan ser reemplazados para de esa forma dar un eficiente servicio.

**Cuadro 63: Reinversión de Activos Fijos**

| BIENES                         | MONTO     | % DEPRECIACION | VIDA UTIL | DEPRECIACION ANUAL | VALOR EN LIBROS |
|--------------------------------|-----------|----------------|-----------|--------------------|-----------------|
| Equipo de Computación (4 años) | 935,00    | 33,33%         | 3 años    | 311,64             | 0,09            |
| Equipo de Computación (7 años) | 1.028,50  | 33,33%         | 4 años    | 342,80             | 0,10            |
| Equipo de Computación (9 años) | 1.131,35  | 33,33%         | 5 años    | 377,08             | 754,27          |
| Depreciación de Vehículo       | 20.900,00 | 20%            | 5 años    | 4.180,00           |                 |
| <b>TOTAL</b>                   |           |                |           | <b>5.211,51</b>    | <b>754,47</b>   |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## **Gastos Financieros**

Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos.

## **Amortización del capital**

El término amortización a capital se utiliza a menudo cuando tratamos créditos a largo plazo, como los hipotecarios. El concepto se refiere a la extinción de una deuda a través de una serie de pagos que se realizan regularmente, en este caso, las mensualidades.

Cada mensualidad que realizas se divide en dos partes. Un porcentaje del dinero se va al pago de intereses que cobra el banco por el financiamiento, y el resto se destina al pago del capital, es decir, el monto del préstamo que pediste. Este último es la amortización a capital.

**Cuadro 64: Tabla de amortización**

Monto 73.000,00  
 Tasa de interés 14%  
 Plazo 10 años  
 Entidad Financiera Cooperativa Ahorro y Crédito Oscus  
 Pagos: Anuales

| AÑOS | CAPITAL   | INTERES   | AMORTIZACION | DIVIDENDOS | VALOR EN LIBROS |
|------|-----------|-----------|--------------|------------|-----------------|
| 0    |           |           |              |            | 73.000,00       |
| 1    | 73.000,00 | 10.220,00 | 7.300,00     | 17.520,00  | 65.700,00       |
| 2    | 65.700,00 | 9.198,00  | 7.300,00     | 16.498,00  | 58.400,00       |
| 3    | 58.400,00 | 8.176,00  | 7.300,00     | 15.476,00  | 51.100,00       |
| 4    | 51.100,00 | 7.154,00  | 7.300,00     | 14.454,00  | 43.800,00       |
| 5    | 43.800,00 | 6.132,00  | 7.300,00     | 13.432,00  | 36.500,00       |
| 6    | 36.500,00 | 5.110,00  | 7.300,00     | 12.410,00  | 29.200,00       |
| 7    | 29.200,00 | 4.088,00  | 7.300,00     | 11.388,00  | 21.900,00       |
| 8    | 21.900,00 | 3.066,00  | 7.300,00     | 10.366,00  | 14.600,00       |
| 9    | 14.600,00 | 2.044,00  | 7.300,00     | 9.344,00   | 7.300,00        |
| 10   | 7.300,00  | 1.022,00  | 7.300,00     | 8.322,00   | 0,00            |

**Fuente:** Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Otros gastos**

Se incluyen la amortización de los activos diferidos, que no se desgastan ni pierden su valor en el tiempo, pero al ser pagados por anticipado también ameritan que su valor sea recuperable mediante amortizaciones en la fase de operación de la empresa.

**Amortización de Activos Diferidos**

Se establece como el cargo anual que se hace para recobrar la inversión de activos diferidos, según la ley las amortizaciones se realizan un 20 % anual.

**Cuadro 65: Amortización de Activos Diferidos**

| DESCRIPCION                  | TOTAL           | AMORTIZACIÓN  |
|------------------------------|-----------------|---------------|
| Estudios Preliminares        | 500,00          | 100,00        |
| Gastos de Constitución       | 1.000,00        | 200,00        |
| Permisos de Funcionamiento   | 200,00          | 40,00         |
| Afiliación Cámara de Turismo | 120,00          | 24,00         |
| <b>TOTAL AMORTIZACIÓN</b>    | <b>1.820,00</b> | <b>364,00</b> |

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Costo Total del Servicio

Constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: costo del servicio, gastos administrativos, de ventas, financieros y otros gastos.

**Tabla 66: Costo Total de Producción**

| CT = | CS +       | G.ADM. +  | G.VENTA + | G.FINANC. + | OTROS GAST. |
|------|------------|-----------|-----------|-------------|-------------|
| CT = | 71.245,37  | 19.948,70 | 8.726,98  | 10.220,00   | 364,00      |
|      | 110.505,05 |           |           |             |             |

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### Costo unitario del servicio

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario del servicio, para ello se relaciona el costo total con el número de personas que van a ser atendidas en el Restaurante, durante un determinado período de tiempo, en este caso 10 años.

**Cuadro 67: Costo por servicio**

| Descripción    | No. Servicios | Precio Unitario | Ingreso Total  |
|----------------|---------------|-----------------|----------------|
| Almuerzos      | 36.500        | 3,00            | 109.500        |
| Cenas          | 3.650         | 3,00            | 10.950         |
| Platos Fuertes | 3.650         | 10,00           | 36.500         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>43.800</b> |                 | <b>156.950</b> |

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

## Establecimiento de precios

El precio de venta se lo estimo en función del estudio de mercado y está relacionado en base al promedio de gastos que pueden los clientes gastar al acudir a este tipo de restaurante.

**Cuadro 68: Establecimiento de ingresos por restaurant**

| AÑOS | No. Servicios | Ingresos (36500 Almuerzos) | Ingresos por cenas (3650) | Ingresos (3650) Platos Fuertes | Ingresos por Alimentación |
|------|---------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| 1    | 43.800        | 109.500                    | 10.950,00                 | 36.500,00                      | 156.950,00                |
| 2    | 43.800        | 114.975                    | 11.497,50                 | 38.325,00                      | 164.797,50                |
| 3    | 43.800        | 120.724                    | 12.072,38                 | 40.241,25                      | 173.037,38                |
| 4    | 43.800        | 126.760                    | 12.675,99                 | 42.253,31                      | 181.689,24                |
| 5    | 43.800        | 133.098                    | 13.309,79                 | 44.365,98                      | 190.773,71                |
| 6    | 43.800        | 139.753                    | 13.975,28                 | 46.584,28                      | 200.312,39                |
| 7    | 43.800        | 146.740                    | 14.674,05                 | 48.913,49                      | 210.328,01                |
| 8    | 43.800        | 154.077                    | 15.407,75                 | 51.359,17                      | 220.844,41                |
| 9    | 43.800        | 161.781                    | 16.178,14                 | 53.927,12                      | 231.886,63                |
| 10   | 43.800        | 169.870                    | 16.987,04                 | 56.623,48                      | 243.480,96                |

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Cuadro 69: Establecimiento de ingresos por Bebidas**

| AÑOS | No. Personas | Promedio de Venta USD | Ingresos Totales |
|------|--------------|-----------------------|------------------|
| 1    | 30.000       | 1,50                  | 45.000           |
| 2    | 30.000       | 1,75                  | 52.500           |
| 3    | 30.000       | 2,00                  | 60.000           |
| 4    | 30.000       | 2,25                  | 67.500           |
| 5    | 30.000       | 2,50                  | 75.000           |
| 6    | 30.000       | 2,75                  | 82.500           |
| 7    | 30.000       | 3,00                  | 90.000           |
| 8    | 30.000       | 3,25                  | 97.500           |
| 9    | 30.000       | 3,50                  | 105.000          |
| 10   | 30.000       | 3,75                  | 112.500          |

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Cuadro 70: Resumen Ingresos Totales**

| <b>AÑOS</b> | <b>Ingreso Alimentación</b> | <b>Ingreso por bebidas</b> | <b>Total Ingresos</b> |
|-------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------|
| 1           | 156.950,00                  | 45.000,00                  | 201.950,00            |
| 2           | 164.797,50                  | 52.500,00                  | 217.297,50            |
| 3           | 173.037,38                  | 60.000,00                  | 233.037,38            |
| 4           | 181.689,24                  | 67.500,00                  | 249.189,24            |
| 5           | 190.773,71                  | 75.000,00                  | 265.773,71            |
| 6           | 200.312,39                  | 82.500,00                  | 282.812,39            |
| 7           | 210.328,01                  | 90.000,00                  | 300.328,01            |
| 8           | 220.844,41                  | 97.500,00                  | 318.344,41            |
| 9           | 231.886,63                  | 105.000,00                 | 336.886,63            |
| 10          | 243.480,96                  | 112.500,00                 | 355.980,96            |

**Elaboración:** Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

### **Presupuesto proformado**

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendría en el proyecto como también los costos en que incurre, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos. La proyección para los diez años de la vida útil del proyecto se consideró la tasa de inflación con su debido rango de holgura, por la inestabilidad económica en la que vive el país.

| <b>Cuadro 71: Presupuesto Proformado</b>      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Rubros</b>                                 | <b>1</b>          | <b>2</b>          | <b>3</b>          | <b>4</b>          | <b>5</b>          | <b>6</b>          | <b>7</b>          | <b>8</b>          | <b>9</b>          | <b>10</b>         |
| <b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>                    |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Mano de obra directa                          | 32.388,00         | 34.007,40         | 35.707,77         | 37.493,16         | 39.367,82         | 41.336,21         | 43.403,02         | 45.573,17         | 47.851,83         | 50.244,42         |
| Menaje de Cocina                              | 2.717,50          | 2.853,38          | 2.996,04          | 3.145,85          | 3.303,14          | 3.468,30          | 3.641,71          | 3.823,80          | 4.014,99          | 4.215,73          |
| Insumos para alimentación                     | 22.996,00         | 24.145,80         | 25.353,09         | 26.620,74         | 27.951,78         | 29.349,37         | 30.816,84         | 32.357,68         | 33.975,57         | 35.674,34         |
| Bebidas                                       | 3.169,00          | 3.327,45          | 3.493,82          | 3.668,51          | 3.851,94          | 4.044,54          | 4.246,76          | 4.459,10          | 4.682,06          | 4.916,16          |
| Material de combustión                        | 156,00            | 163,80            | 171,99            | 180,59            | 189,62            | 199,10            | 209,05            | 219,51            | 230,48            | 242,01            |
| Indumentaria                                  | 127,60            | 133,98            | 140,68            | 147,71            | 155,10            | 162,85            | 171,00            | 179,55            | 188,52            | 197,95            |
| Agua  | 115,00            | 120,75            | 126,79            | 133,13            | 139,78            | 146,77            | 154,11            | 161,82            | 169,91            | 178,40            |
| Luz   | 342,00            | 359,10            | 377,06            | 395,91            | 415,70            | 436,49            | 458,31            | 481,23            | 505,29            | 530,55            |
| Telefono                                      | 250,00            | 262,50            | 275,63            | 289,41            | 303,88            | 319,07            | 335,02            | 351,78            | 369,36            | 387,83            |
| Tv-Cable e Internet                           | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            |
| Mantenimiento de maquinaria y equipo          | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             |
| Utensilios de aseo                            | 263,80            | 276,99            | 290,84            | 305,38            | 320,65            | 336,68            | 353,52            | 371,19            | 389,75            | 409,24            |
| Depreciación de Construcciones                | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          |
| Depreciación de Maquinaria                    | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            |
| Depreciación de Equipos                       | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             |
| Depreciación de Muebles y Enseres Restaurante | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            |
| Depreciación de Vehículo                      | 3.800,00          | 3.800,00          | 3.800,00          | 3.800,00          | 3.800,00          | 4.180,00          | 4.180,00          | 4.180,00          | 4.180,00          | 4.180,00          |
| Depreciación de Equipo adecuación restaurante | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            |
| Depreciación Equipos de Seguridad             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             |
| <b>TOTAL COSTO DEL SERVICIO</b>               | <b>71.245,37</b>  | <b>74.371,62</b>  | <b>77.654,17</b>  | <b>81.100,86</b>  | <b>84.719,88</b>  | <b>88.899,85</b>  | <b>92.889,82</b>  | <b>97.079,28</b>  | <b>101.478,22</b> | <b>106.097,11</b> |
| <b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>                    |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Sueldos y Salarios                            | 19.282,00         | 20.246,10         | 21.258,41         | 22.321,33         | 23.437,39         | 24.609,26         | 25.839,72         | 27.131,71         | 28.488,30         | 29.912,71         |
| Utiles de Oficina                             | 129,30            | 135,77            | 142,55            | 149,68            | 157,16            | 165,02            | 173,27            | 181,94            | 191,03            | 200,59            |
| Depreciación Equipo de computación            | 488,40            | 488,40            | 488,40            | 537,24            | 537,24            | 537,24            | 590,96            | 590,96            | 590,96            | 650,06            |
| Depreciación de Equipo de Oficina             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             |
| <b>TOTAL GASTOS ADMINISTR.</b>                | <b>19.948,70</b>  | <b>20.919,27</b>  | <b>21.938,36</b>  | <b>23.057,25</b>  | <b>24.180,80</b>  | <b>25.360,52</b>  | <b>26.652,96</b>  | <b>27.953,61</b>  | <b>29.319,29</b>  | <b>30.812,36</b>  |
| <b>Gastos de ventas</b>                       |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Utiles de Oficina                             | 156,00            | 163,80            | 171,99            | 180,59            | 189,62            | 199,10            | 209,05            | 219,51            | 230,48            | 242,01            |
| Gastos de Embalaje                            | 398,20            | 418,11            | 439,02            | 460,97            | 484,01            | 508,22            | 533,63            | 560,31            | 588,32            | 617,74            |
| Gastos de Publicidad                          | 5.913,58          | 6.209,26          | 6.519,73          | 6.845,71          | 7.188,00          | 7.547,40          | 7.924,77          | 8.321,01          | 8.737,06          | 9.173,91          |
| Gastos de Promoción                           | 480,00            | 504,00            | 529,20            | 555,66            | 583,44            | 612,62            | 643,25            | 675,41            | 709,18            | 744,64            |
| Combustibles y Lubricantes                    | 1.779,20          | 1.868,16          | 1.961,57          | 2.059,65          | 2.162,63          | 2.270,76          | 2.384,30          | 2.503,51          | 2.628,69          | 2.760,12          |
| <b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>                  | <b>8.726,98</b>   | <b>9.163,33</b>   | <b>9.621,50</b>   | <b>10.102,57</b>  | <b>10.607,70</b>  | <b>11.138,09</b>  | <b>11.694,99</b>  | <b>12.279,74</b>  | <b>12.893,73</b>  | <b>13.538,42</b>  |
| <b>Gastos Financieros</b>                     |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Intereses                                     | 10.220,00         | 9.198,00          | 8.176,00          | 7.154,00          | 6.132,00          | 5.110,00          | 4.088,00          | 3.066,00          | 2.044,00          | 1.022,00          |
| <b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>               | <b>10.220,00</b>  | <b>9.198,00</b>   | <b>8.176,00</b>   | <b>7.154,00</b>   | <b>6.132,00</b>   | <b>5.110,00</b>   | <b>4.088,00</b>   | <b>3.066,00</b>   | <b>2.044,00</b>   | <b>1.022,00</b>   |
| <b>Otros Gastos</b>                           |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Amortización de Activos Diferidos             | 364,00            | 364,00            | 364,00            | 364,00            | 364,00            |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>TOTAL OTROS GASTOS</b>                     | <b>364,00</b>     | <b>364,00</b>     | <b>364,00</b>     | <b>364,00</b>     | <b>364,00</b>     |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>TOT. COSTO DE OPERACIÓN</b>                | <b>39.259,68</b>  | <b>39.644,60</b>  | <b>40.099,86</b>  | <b>40.677,82</b>  | <b>41.284,50</b>  | <b>41.608,61</b>  | <b>42.435,95</b>  | <b>43.299,35</b>  | <b>44.257,02</b>  | <b>45.372,77</b>  |
| <b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>              | <b>110.505,05</b> | <b>114.016,21</b> | <b>117.754,03</b> | <b>121.778,68</b> | <b>126.004,38</b> | <b>130.508,46</b> | <b>135.325,77</b> | <b>140.378,64</b> | <b>145.735,24</b> | <b>151.469,88</b> |
| Reinversión Equipo de Computación             |                   |                   |                   | 935,00            |                   |                   | 1.028,50          |                   |                   | 1.131,35          |
| <b>TOTAL EGRESOS</b>                          | <b>110.505,05</b> | <b>114.016,21</b> | <b>117.754,03</b> | <b>122.713,68</b> | <b>126.004,38</b> | <b>130.508,46</b> | <b>136.354,27</b> | <b>140.378,64</b> | <b>145.735,24</b> | <b>152.601,23</b> |
| Elaboración: El Autor                         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |

## **Clasificación de Costos**

Consiste en determinar las relaciones entre costos fijos y variables y los beneficios, dependiendo del tamaño de la planta, canales y estrategias de comercialización, publicidad, promoción, proceso de producción, etc. Para efectos de estudio los costos se clasifican en costos fijos y costos variables.

### **Costos fijos**

Son aquellos costos que necesariamente se tienen que incurrir al iniciar operaciones, es decir representan los costos que debe pagar el proyecto aun cuando no produzca nada. Por lo general estos costos permanecen constantes a los diferentes niveles de producción, mientras el proyecto se mantenga dentro de los límites de su capacidad productiva (tamaño de la planta)

Los costos fijos aumentaran, obviamente, si se aumenta la capacidad productiva, esto se logra con la adquisición de maquinarias y equipos adicionales y la ampliación de la planta.

### **Costos Variables**

Son aquellos que varían de acuerdo al nivel de producción, los costos variables se mueven en la misma dirección del nivel de producción, o sea varían en forma directa con el cambio de volúmenes de producción, a menor nivel de producción los costos variables se incrementan y a mayores niveles de producción los mismos costos disminuyen.

### **Costo unitario del servicio**

Es el costo en el que se incurre para producir una unidad de servicio. Es decir, se suma todos los costos (fijos y variables) como mano de obra, luz, teléfono, sueldos administrativos, compra de materiales, etc. y eso se lo divide entre las personas que se va a ofertar el servicio y el resultado es el costo unitario, es importante recalcar que a este costo todavía no se le suma la utilidad.

### **Costo total de producción**

El **coste total** son todos aquellos costes en los que se incurre en un proceso de producción o actividad. Se calcula sumando los costes fijos y los costes variables:

$$CT = CF + CV$$

| <b>Cuadro 72. Clasificación de Costos</b>     |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Rubros</b>                                 | <b>1</b>          | <b>2</b>          | <b>3</b>          | <b>4</b>          | <b>5</b>          | <b>6</b>          | <b>7</b>          | <b>8</b>          | <b>9</b>          | <b>10</b>         |
| <b>COSTOS FIJOS</b>                           |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Sueldos y Salarios                            | 19.282,00         | 20.246,10         | 21.258,41         | 22.321,33         | 23.437,39         | 24.609,26         | 25.839,72         | 27.131,71         | 28.488,30         | 29.912,71         |
| Amortización Activo Diferido                  | 364,00            | 364,00            | 364,00            | 364,00            | 364,00            |                   |                   |                   |                   |                   |
| Intereses                                     | 10.220,00         | 9.198,00          | 8.176,00          | 7.154,00          | 6.132,00          | 5.110,00          | 4.088,00          | 3.066,00          | 2.044,00          | 1.022,00          |
| Publicidad                                    | 5.913,58          | 6.209,26          | 6.519,73          | 6.845,71          | 7.188,00          | 7.547,40          | 7.924,77          | 8.321,01          | 8.737,06          | 9.173,91          |
| Utiles Oficina                                | 285,30            | 299,57            | 314,54            | 330,27            | 346,78            | 364,12            | 382,33            | 401,45            | 421,52            | 442,59            |
| Gastos de internet y TV Cable                 | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            | 300,00            |
| Gasto de Telefono                             | 250,00            | 262,50            | 275,63            | 289,41            | 303,88            | 319,07            | 335,02            | 351,78            | 369,36            | 387,83            |
| Mantenimiento de maquinaria y equipo          | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             | 69,27             |
| Depreciación de Construcciones                | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          | 3.125,00          |
| Depreciación de Maquinaria                    | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            | 632,70            |
| Depreciación de Equipos                       | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             | 60,00             |
| Depreciación de Muebles y Enseres Restaurante | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            | 416,50            |
| Depreciación de Vehículo                      | 3.800,00          | 3.800,00          | 3.800,00          | 3.800,00          | 3.800,00          | 4.180,00          | 4.180,00          | 4.180,00          | 4.180,00          | 4.180,00          |
| Depreciación de Equipo adecuación resta       | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            | 262,00            |
| Depreciación Equipos de Seguridad             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             | 55,00             |
| Depreciación Equipo de computación            | 488,40            | 488,40            | 488,40            | 537,24            | 537,24            | 537,24            | 590,96            | 590,96            | 590,96            | 650,06            |
| Depreciación de Equipo de Oficina             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             | 49,00             |
| <b>TOT. COSTOS FIJOS</b>                      | <b>45.572,75</b>  | <b>45.837,30</b>  | <b>46.166,17</b>  | <b>46.611,42</b>  | <b>47.078,76</b>  | <b>47.636,56</b>  | <b>48.310,27</b>  | <b>49.012,37</b>  | <b>49.800,66</b>  | <b>50.738,58</b>  |
| <b>COSTOS VARIABLES</b>                       |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Mano de obra                                  | 32.388,00         | 34.007,40         | 35.707,77         | 37.493,16         | 39.367,82         | 41.336,21         | 43.403,02         | 45.573,17         | 47.851,83         | 50.244,42         |
| Menaje de Cocina                              | 2.717,50          | 2.853,38          | 2.996,04          | 3.145,85          | 3.303,14          | 3.468,30          | 3.641,71          | 3.823,80          | 4.014,99          | 4.215,73          |
| Insumos para alimentación                     | 22.996,00         | 24.145,80         | 25.353,09         | 26.620,74         | 27.951,78         | 29.349,37         | 30.816,84         | 32.357,68         | 33.975,57         | 35.674,34         |
| Bebidas                                       | 3.169,00          | 3.327,45          | 3.493,82          | 3.668,51          | 3.851,94          | 4.044,54          | 4.246,76          | 4.459,10          | 4.682,06          | 4.916,16          |
| Material de combustión                        | 156,00            | 163,80            | 171,99            | 180,59            | 189,62            | 199,10            | 209,05            | 219,51            | 230,48            | 242,01            |
| Indumentaria                                  | 127,60            | 133,98            | 140,68            | 147,71            | 155,10            | 162,85            | 171,00            | 179,55            | 188,52            | 197,95            |
| Agua  | 115,00            | 120,75            | 126,79            | 133,13            | 139,78            | 146,77            | 154,11            | 161,82            | 169,91            | 178,40            |
| Luz   | 342,00            | 359,10            | 377,06            | 395,91            | 415,70            | 436,49            | 458,31            | 481,23            | 505,29            | 530,55            |
| Gastos de Embalaje                            | 398,20            | 418,11            | 439,02            | 460,97            | 484,01            | 508,22            | 533,63            | 560,31            | 588,32            | 617,74            |
| Gastos de Promoción                           | 480,00            | 504,00            | 529,20            | 555,66            | 583,44            | 612,62            | 643,25            | 675,41            | 709,18            | 744,64            |
| Combustibles y Lubricantes                    | 1.779,20          | 1.868,16          | 1.961,57          | 2.059,65          | 2.162,63          | 2.270,76          | 2.384,30          | 2.503,51          | 2.628,69          | 2.760,12          |
| Utensilios de Aseo                            | 263,80            | 276,99            | 290,84            | 305,38            | 320,65            | 336,68            | 353,52            | 371,19            | 389,75            | 409,24            |
| <b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>                 | <b>64.932,30</b>  | <b>68.178,92</b>  | <b>71.587,86</b>  | <b>75.167,25</b>  | <b>78.925,62</b>  | <b>82.871,90</b>  | <b>87.015,49</b>  | <b>91.366,27</b>  | <b>95.934,58</b>  | <b>100.731,31</b> |
| <b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>              | <b>110.505,05</b> | <b>114.016,21</b> | <b>117.754,03</b> | <b>121.778,68</b> | <b>126.004,38</b> | <b>130.508,46</b> | <b>135.325,77</b> | <b>140.378,64</b> | <b>145.735,24</b> | <b>151.469,88</b> |
| <b>Elaboración: El Autor</b>                  |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |

## **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio, mediante la comparación de ingresos y egresos.

| <b>Cuadro 73 : . Estado de Perdidas y Ganancias</b> |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>INGRESOS</b>                                     | 1                 | 2                 | 3                 | 4                 | 5                 | 6                 | 7                 | 8                 | 9                 | 10                |
| Ventas  | 201.950,00        | 217.297,50        | 233.037,38        | 249.189,24        | 265.773,71        | 282.812,39        | 300.328,01        | 318.344,41        | 336.886,63        | 355.980,96        |
| Otros Ingresos                                      |                   |                   | 0,09              |                   |                   | 0,10              |                   |                   | 754,27            | 31.250,00         |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>                            | <b>201.950,00</b> | <b>217.297,50</b> | <b>233.037,47</b> | <b>249.189,24</b> | <b>265.773,71</b> | <b>282.812,49</b> | <b>300.328,01</b> | <b>318.344,41</b> | <b>337.640,90</b> | <b>387.230,96</b> |
| Costo del servicio                                  | 71.245,37         | 74.371,62         | 77.654,17         | 81.100,86         | 84.719,88         | 88.899,85         | 92.889,82         | 97.079,28         | 101.478,22        | 106.097,11        |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                               | <b>130.704,63</b> | <b>142.925,89</b> | <b>155.383,29</b> | <b>168.088,39</b> | <b>181.053,83</b> | <b>193.912,64</b> | <b>207.438,19</b> | <b>221.265,13</b> | <b>236.162,68</b> | <b>281.133,85</b> |
| Costo de operación                                  | 39.259,68         | 39.644,60         | 40.099,86         | 40.677,82         | 41.284,50         | 41.608,61         | 42.435,95         | 43.299,35         | 44.257,02         | 45.372,77         |
| Reinversión equipo computación                      |                   |                   |                   | 935,00            |                   |                   | 1.028,50          |                   |                   | 1.131,35          |
| <b>TOTAL COST. OPER. y REINV.</b>                   | <b>39.259,68</b>  | <b>39.644,60</b>  | <b>40.099,86</b>  | <b>41.612,82</b>  | <b>41.284,50</b>  | <b>41.608,61</b>  | <b>43.464,45</b>  | <b>43.299,35</b>  | <b>44.257,02</b>  | <b>46.504,12</b>  |
| <b>UTILIDAD OPERATIVA</b>                           | <b>91.444,95</b>  | <b>103.281,29</b> | <b>115.283,44</b> | <b>126.475,57</b> | <b>139.769,33</b> | <b>152.304,03</b> | <b>163.973,74</b> | <b>177.965,78</b> | <b>191.905,66</b> | <b>234.629,73</b> |
| 15% utilidad trabajadores                           | 13.716,74         | 15.492,19         | 17.292,52         | 18.971,33         | 20.965,40         | 22.845,60         | 24.596,06         | 26.694,87         | 28.785,85         | 35.194,46         |
| <b>UTILIDAD ANT.IMPTO</b>                           | <b>77.728,20</b>  | <b>87.789,09</b>  | <b>97.990,92</b>  | <b>107.504,23</b> | <b>118.803,93</b> | <b>129.458,43</b> | <b>139.377,68</b> | <b>151.270,91</b> | <b>163.119,81</b> | <b>199.435,27</b> |
| 22% impuesto a la renta                             | 17.100,21         | 19.313,60         | 21.558,00         | 23.650,93         | 26.136,86         | 28.480,85         | 30.663,09         | 33.279,60         | 35.886,36         | 43.875,76         |
| <b>UTILIDAD ANT.RESERVA</b>                         | <b>60.628,00</b>  | <b>68.475,49</b>  | <b>76.432,92</b>  | <b>83.853,30</b>  | <b>92.667,07</b>  | <b>100.977,57</b> | <b>108.714,59</b> | <b>117.991,31</b> | <b>127.233,45</b> | <b>155.559,51</b> |
| 10% Reserva Legal                                   | 6.062,80          | 6.847,55          | 7.643,29          | 8.385,33          | 9.266,71          | 10.097,76         | 10.871,46         | 11.799,13         | 12.723,35         | 15.555,95         |
| <b>UTILIDAD LIQUIDA</b>                             | <b>54.565,20</b>  | <b>61.627,94</b>  | <b>68.789,63</b>  | <b>75.467,97</b>  | <b>83.400,36</b>  | <b>90.879,82</b>  | <b>97.843,13</b>  | <b>106.192,18</b> | <b>114.510,11</b> | <b>140.003,56</b> |
| Elaboración: El Autor                               |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |

## **Determinación del Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es una técnica de análisis empleada como instrumento de planificación de utilidades, toma de decisiones y resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos o semifijos.

Los gastos y los costos fijos se generan con el paso del tiempo, aparte del volumen de la producción y ventas. Son llamados gastos y costos de estructura, porque son generalmente contratados o instalados para la estructuración de la empresa; como ejemplo de estos costos y gastos pueden citarse la depreciación los salarios que no están en relación directa con el volumen de producción, entre otros.

Por el contrario, los gastos variables se generan en razón directa de los volúmenes de operación y ventas; como ejemplo pueden citarse la mano de obra pagada en razón de las unidades producidas, la materia prima, entre otros. Otros gastos y costos que oscilan más o menos en proporción al volumen de producción y ventas son los llamados semivariantes y para efectos de esta técnica deben ser clasificados como fijos o como variables, aplicando el buen juicio y tomando en cuenta su comportamiento al nivel del volumen de operación.

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni pérdida ni ganancia, es donde se equilibran los costos y los ingresos.

El punto de equilibrio se lo puede calcular por los siguientes métodos:

### 1. En Función de la Capacidad Instalada

Se toma en consideración la capacidad de producción de la planta, para en base a ello determinar el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria, cubriendo de esa forma los costos.. Para determinar el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

### 2. En Función de las Ventas o Ingresos

A través de este método se determina hasta cuanto la empresa tiene que vender de su producción para no perder ni ganar, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula::

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

CFT = costo fijo total

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

### 3. En Función de la Producción

Determina hasta cuántas unidades tiene que producir la empresa para no tener pérdida ni ganancia. Su cálculo se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

**Pvu** = Precio de Venta Unitario

**Cvu** = Costo Variable Unitario

$$CVu = \frac{CVT}{No. Unid. Prod.}$$

### 4. Representación Gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos e ingresos en un plano cartesiano.

## DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

### 1. En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{45.572.75}{201.950.00 - 64.932.30} \times 100$$

$$Pe = 33.26\%$$

## 2. En Función de las Ventas o Ingresos

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{45.572.75}{1 - \frac{64.932.30}{201.950.00}}$$

$$PE = \$67.169.55$$

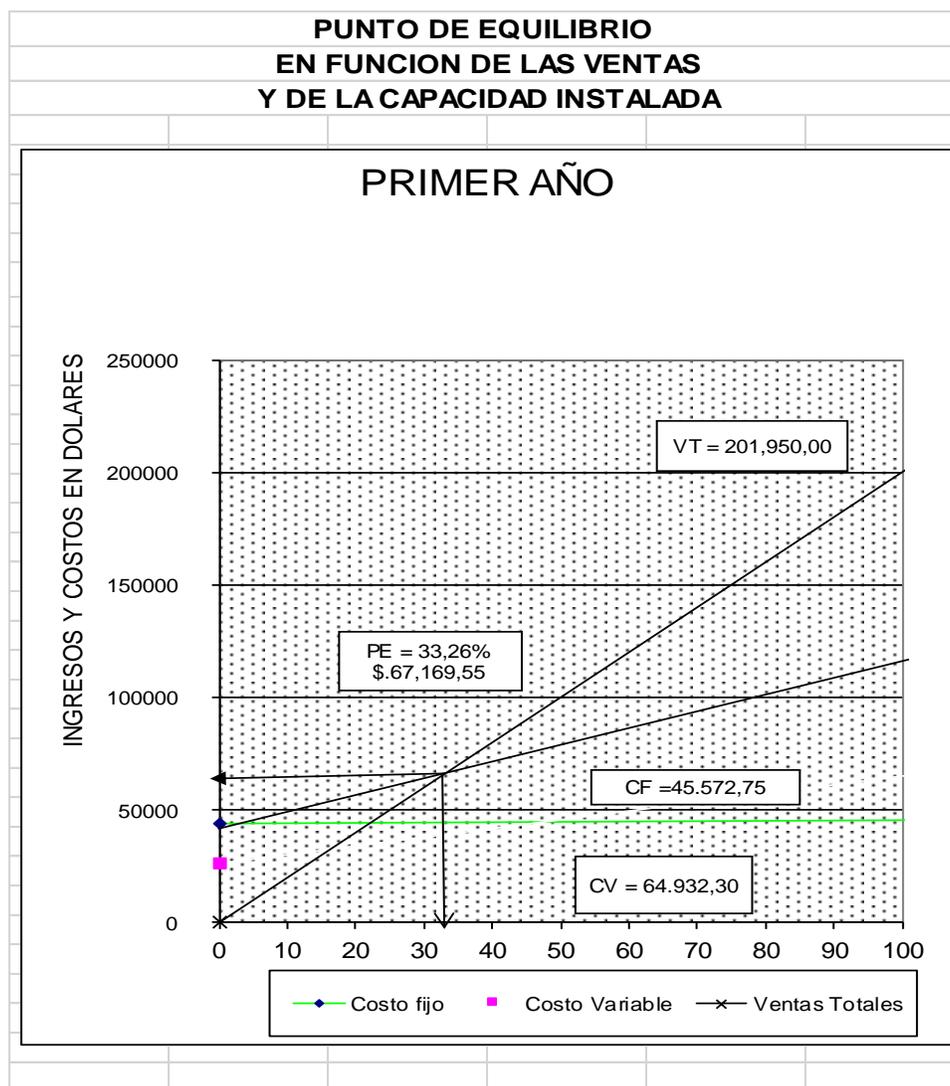
**Cuadro 74: Determinación del Punto de Equilibrio**

| AÑOS | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES | INGRESOS   | P.E. INGRESOS | P.E. CAP. INST.% |
|------|--------------|------------------|------------|---------------|------------------|
| 1    | 45.572,75    | 64.932,30        | 201.950,00 | 67.169,55     | 33,26%           |
| 2    | 45.837,30    | 68.178,92        | 217.297,50 | 66.794,69     | 30,74%           |
| 3    | 46.166,17    | 71.587,86        | 233.037,38 | 66.636,58     | 28,59%           |
| 4    | 46.611,42    | 75.167,25        | 249.189,24 | 66.744,81     | 26,78%           |
| 5    | 47.078,76    | 78.925,62        | 265.773,71 | 66.965,08     | 25,20%           |
| 6    | 47.636,56    | 82.871,90        | 282.812,39 | 67.381,10     | 23,83%           |
| 7    | 48.310,27    | 87.015,49        | 300.328,01 | 68.017,24     | 22,65%           |
| 8    | 49.012,37    | 91.366,27        | 318.344,41 | 68.741,48     | 21,59%           |
| 9    | 49.800,66    | 95.934,58        | 336.886,63 | 69.628,70     | 20,67%           |
| 10   | 50.738,58    | 100.731,31       | 355.980,96 | 70.761,96     | 19,88%           |

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

El punto de equilibrio fue calculado en función de la capacidad instalada y de los ingresos, considerando los costos fijos y variables, así como los ingresos y los costos del servicio, arrojando resultados que nos permiten tomar decisiones con

respecto al nivel de producción y de los ingresos que debe tener la empresa para que la misma no tenga ni pérdida ni ganancia, de esa forma igualando los ingresos y los egresos.



Fuente: Costos Fijos y Variables  
 Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo  
 El Restaurante “Estancia de las Orquídeas” para que no tenga pérdida ni ganancia en el primer año debe obtener unos ingresos de \$67.169.55 y utilizar el 32.33% de su capacidad de servicio.

## **g. DISCUSION**

### **EVALUACION FINANCIERA:**

Busca analizar el entorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto, tiene la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.

Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.

### **FLUJO DE CAJA:**

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar o comprar activos.- para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos ara la empresa.

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto.- la información clave para esta proyección está en el cálculo de los beneficios esperados, los estudios de mercado, y técnico, en los cuales se realiza la asignación de los recursos necesarios para el funcionamiento eficiente de cada área así como se cuantifica los costos que ello demanda.

| <b>Cuadro 75: Flujo de Caja</b>   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                                   |                   | 1                 | 2                 | 3                 | 4                 | 5                 | 6                 | 7                 | 8                 | 9                 | 10                |
| <b>INGRESOS</b>                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Ventas                            |                   | 201.950,00        | 217.297,50        | 233.037,38        | 249.189,24        | 265.773,71        | 282.812,39        | 300.328,01        | 318.344,41        | 336.886,63        | 355.980,96        |
| Valor residual                    |                   |                   |                   | 0,09              |                   |                   | 0,10              |                   |                   | 754,27            | 31.250,00         |
| Corporación Financiera            | 73.000,00         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Capital Propio                    | 40.758,04         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>TOTAL DE INGRESOS</b>          | <b>113.758,04</b> | <b>201.950,00</b> | <b>217.297,50</b> | <b>233.037,47</b> | <b>249.189,24</b> | <b>265.773,71</b> | <b>282.812,49</b> | <b>300.328,01</b> | <b>318.344,41</b> | <b>337.640,90</b> | <b>387.230,96</b> |
| <b>EGRESOS</b>                    |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Activo Fijo                       | 104.352,00        |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Activo Diferido                   | 1.820,00          |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |
| Costo del servicio.               | 5.241,18          | 71.245,37         | 74.371,62         | 77.654,17         | 81.100,86         | 84.719,88         | 88.899,85         | 92.889,82         | 97.079,28         | 101.478,22        | 106.097,11        |
| Costo de operación                | 2.344,86          | 39.259,68         | 39.644,60         | 40.099,86         | 40.677,82         | 41.284,50         | 41.608,61         | 42.435,95         | 43.299,35         | 44.257,02         | 45.372,77         |
| Reinversión Equipo computación    |                   |                   |                   |                   | 935,00            |                   |                   | 1.028,50          |                   |                   | 1.131,35          |
| <b>EGRESO TOTAL</b>               | <b>113.758,04</b> | <b>110.505,05</b> | <b>114.016,21</b> | <b>117.754,03</b> | <b>122.713,68</b> | <b>126.004,38</b> | <b>130.508,46</b> | <b>136.354,27</b> | <b>140.378,64</b> | <b>145.735,24</b> | <b>152.601,23</b> |
| <b>UTILIDAD ANTES PART. TRAB.</b> |                   | <b>91.444,95</b>  | <b>103.281,29</b> | <b>115.283,44</b> | <b>126.475,57</b> | <b>139.769,33</b> | <b>152.304,03</b> | <b>163.973,74</b> | <b>177.965,78</b> | <b>191.905,66</b> | <b>234.629,73</b> |
| 15% Utilidad Trabajadores         |                   | 13.716,74         | 15.492,19         | 17.292,52         | 18.971,33         | 20.965,40         | 22.845,60         | 24.596,06         | 26.694,87         | 28.785,85         | 35.194,46         |
| <b>UTILIDAD ANT. IMPTO.</b>       |                   | <b>77.728,20</b>  | <b>87.789,09</b>  | <b>97.990,92</b>  | <b>107.504,23</b> | <b>118.803,93</b> | <b>129.458,43</b> | <b>139.377,68</b> | <b>151.270,91</b> | <b>163.119,81</b> | <b>199.435,27</b> |
| 22% Impto a la Renta              |                   | 17.100,21         | 19.313,60         | 21.558,00         | 23.650,93         | 26.136,86         | 28.480,85         | 30.663,09         | 33.279,60         | 35.886,36         | 43.875,76         |
| <b>UTILIDAD GRAVABLE</b>          |                   | <b>60.628,00</b>  | <b>68.475,49</b>  | <b>76.432,92</b>  | <b>83.853,30</b>  | <b>92.667,07</b>  | <b>100.977,57</b> | <b>108.714,59</b> | <b>117.991,31</b> | <b>127.233,45</b> | <b>155.559,51</b> |
| Amortización de diferidos         |                   | 364,00            | 364,00            | 364,00            | 364,00            | 364,00            |                   |                   |                   |                   |                   |
| Depreciaciones                    |                   | 8.888,60          | 8.888,60          | 8.888,60          | 8.937,44          | 8.937,44          | 9.317,44          | 9.371,16          | 9.371,16          | 9.371,16          | 9.430,26          |
| <b>UTILIDAD NETA</b>              |                   | <b>69.880,60</b>  | <b>77.728,09</b>  | <b>85.685,52</b>  | <b>93.154,74</b>  | <b>101.968,51</b> | <b>110.295,01</b> | <b>118.085,75</b> | <b>127.362,47</b> | <b>136.604,61</b> | <b>164.989,77</b> |
| Amortización del crédito          |                   | 7.300,00          | 7.300,00          | 7.300,00          | 7.300,00          | 7.300,00          | 7.300,00          | 7.300,00          | 7.300,00          | 7.300,00          | 7.300,00          |
| <b>FLUJO DE CAJA</b>              | <b>0</b>          | <b>62.580,60</b>  | <b>70.428,09</b>  | <b>78.385,52</b>  | <b>85.854,74</b>  | <b>94.668,51</b>  | <b>102.995,01</b> | <b>110.785,75</b> | <b>120.062,47</b> | <b>129.304,61</b> | <b>157.689,77</b> |
| Elaboración: El Autor             |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |

## **VALOR ACTUAL NETO:**

El valor actual neto del proyecto representa el valor de los beneficios después de haber recuperado la inversión analizada en el proyecto más sus costos de oportunidad.

Los valores obtenidos en el flujo de caja, se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática y luego se suman los resultados obtenidos (Gitman Lawrence).

El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significa que se traslada al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

**SI EL VAN** es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentara.

**SI EL VAN** es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.

**SI EL VAN** es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de las inversiones en términos de poder adquisitivo.

Para realizar el cálculo del Valor Actual Neto se utiliza la siguiente fórmula:

$$\mathbf{VANP = \sum VA(1 \text{ a } 10) - INVERSIÓN}$$

**Cuadro 76: Valor Actual Neto**

| AÑOS | ACTUALIZACIÓN     |            |              |
|------|-------------------|------------|--------------|
|      | FLUJO NETO        | FACTOR 14% | VALOR ACTUAL |
|      | <b>113.758,04</b> |            |              |
| 1    | 62.580,60         | 0,8772     | 54.895,26    |
| 2    | 70.428,09         | 0,7695     | 54.192,13    |
| 3    | 78.385,52         | 0,6750     | 52.907,99    |
| 4    | 85.854,74         | 0,5921     | 50.832,90    |
| 5    | 94.668,51         | 0,5194     | 49.167,86    |
| 6    | 102.995,01        | 0,4556     | 46.923,14    |
| 7    | 110.785,75        | 0,3996     | 44.274,12    |
| 8    | 120.062,47        | 0,3506     | 42.088,99    |
| 9    | 129.304,61        | 0,3075     | 39.762,20    |
| 10   | 157.689,77        | 0,2697     | 42.535,84    |
|      |                   |            | 477.580,42   |

Inversión

113.758,04

$$\text{VANP} = \sum \text{VA}(1 \text{ a } 10) - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VANP} = 477.580,42 - 113.758,04$$

$$\text{VANP} = 363.822,38$$

Al tener un VAN positivo significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación.

### TASA INTERNA DE RETORNO:

Constituye la tasa de interés, a la cual debemos los flujos de efectivos generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión (Gitman Lawrence).

Utilizando la TIR, como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente.

**SI LA TIR** es > que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.

**SI LA TIR** es = que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

SI LA TIR es < que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

Para calcular la **TASA INTERNA DE RETORNO**, se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + DT \left( \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

En donde:

**TIR** = TASA INTERNA DE RETORNO.

**Tm** = TASA MENOR DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

**DT** = DIFERENCIA DE TASA DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

**VAN Tm** = VALOR ACTUAL DE LA TASA MENOR.

**VAN TM** = VALOR ACTUAL DE LA TASA MAYOR.

Cuadro 77: Tasa Interna de Retorno

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

| AÑOS | FLUJO NETO  | ACTUALIZACION |            |             |             |
|------|-------------|---------------|------------|-------------|-------------|
|      |             | FACTOR ACT.   | VAN MENOR  | FACTOR ACT. | VAN MAYOR   |
|      |             | 64,00%        |            | 65,00%      |             |
| 0    | -113.758,04 |               | 113.758,04 |             | -113.758,04 |
| 1    | 62.580,60   | 0,609756      | 38.158,90  | 0,606061    | 37.927,64   |
| 2    | 70.428,09   | 0,371802      | 26.185,34  | 0,367309    | 25.868,90   |
| 3    | 78.385,52   | 0,226709      | 17.770,69  | 0,222612    | 17.449,54   |
| 4    | 85.854,74   | 0,138237      | 11.868,31  | 0,134916    | 11.583,20   |
| 5    | 94.668,51   | 0,084291      | 7.979,69   | 0,081767    | 7.740,80    |
| 6    | 102.995,01  | 0,051397      | 5.293,62   | 0,049556    | 5.104,02    |
| 7    | 110.785,75  | 0,031340      | 3.471,98   | 0,030034    | 3.327,33    |
| 8    | 120.062,47  | 0,019109      | 2.294,33   | 0,018202    | 2.185,42    |
| 9    | 129.304,61  | 0,011652      | 1.506,67   | 0,011032    | 1.426,46    |
| 10   | 157.689,77  | 0,007105      | 1.120,38   | 0,006686    | 1.054,30    |
|      |             |               | 1.891,89   |             | -90,43      |

$$\text{TIR} = 64 + 1 \left( \frac{1891,89}{1.891,89 + 90,43} \right)$$

$$\text{TIR} = 64,95\%$$

La tasa interna de retorno del presente proyecto es 64.95%, lo que significa que es mayor al costo de oportunidad del 14%, por lo tanto el proyecto es factible.

### RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

Si la relación ingresos / egresos es = 1 el proyecto es indiferente.

Si la relación ingresos / egresos es > 1 el proyecto es rentable.

Si la relación ingresos / egresos es < 1 el proyecto no es rentable.

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula.

$$\text{RBC} = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

**Cuadro 78. Relación Beneficio/Costo (actualización de ingresos)**

| AÑOS | ACTUALIZACIÓN    |            |              |
|------|------------------|------------|--------------|
|      | INGRESO ORIGINAL | FACTOR 14% | VALOR ACTUAL |
| 1    | 201.950,00       | 0,8772     | 177.149,12   |
| 2    | 217.297,50       | 0,7695     | 167.203,37   |
| 3    | 233.037,38       | 0,6750     | 157.293,59   |
| 4    | 249.189,24       | 0,5921     | 147.540,04   |
| 5    | 265.773,71       | 0,5194     | 138.034,53   |
| 6    | 282.812,39       | 0,4556     | 128.845,52   |
| 7    | 300.328,01       | 0,3996     | 120.022,28   |
| 8    | 318.344,41       | 0,3506     | 111.598,52   |
| 9    | 336.886,63       | 0,3075     | 103.595,32   |
| 10   | 355.980,96       | 0,2697     | 96.023,66    |
|      | TOTAL            |            | 1.347.305,95 |

Elaboración. Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**Cuadro 78.1. Actualización de Egresos**

| AÑOS | ACTUALIZACIÓN  |            |                   |
|------|----------------|------------|-------------------|
|      | COSTO ORIGINAL | FACTOR 14% | VALOR ACTUAL      |
| 1    | 110.505,05     | 0,8772     | 96.934,26         |
| 2    | 114.016,21     | 0,7695     | 87.731,77         |
| 3    | 117.754,03     | 0,6750     | 79.480,62         |
| 4    | 122.713,68     | 0,5921     | 72.656,35         |
| 5    | 126.004,38     | 0,5194     | 65.442,72         |
| 6    | 130.508,46     | 0,4556     | 59.457,90         |
| 7    | 136.354,27     | 0,3996     | 54.492,25         |
| 8    | 140.378,64     | 0,3506     | 49.211,00         |
| 9    | 145.735,24     | 0,3075     | 44.814,75         |
| 10   | 152.601,23     | 0,2697     | 41.163,24         |
|      | <b>TOTAL</b>   |            | <b>651.384,86</b> |

Elaboración: Carlos Xavier Rivadeneyra Chimbo

**RBC = (Sumatoria de Ingresos Actualizados / Sumatoria de Costos Actualizados) -1**

RBC = 2,068371618

RBC = 1,068371618

Esto significa que por cada dólar invertido se obtiene uno con cero seis centavos de dólar americano de rentabilidad.

#### **PERIODO DE RECUPERACIÓN:**

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Es importante actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro.

Para calcular el periodo de recuperación utilizamos la siguiente fórmula.

$$\text{PRC} = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO NETO DEL AÑO QUE SUPERA INVERSIÓN}}$$

**Cuadro 79. Período de Recuperación del Capital**

| AÑOS | FLUJO NETO   | FLUJO ACUM. |
|------|--------------|-------------|
|      | (113.758,04) |             |
| 1    | 62.580,60    | 62.580,60   |
| 2    | 70.428,09    | 133.008,69  |
| 3    | 78.385,52    |             |
| 4    | 85.854,74    |             |
| 5    | 94.668,51    |             |
| 6    | 102.995,01   |             |
| 7    | 110.785,75   |             |
| 8    | 120.062,47   |             |
| 9    | 129.304,61   |             |
| 10   | 157.689,77   |             |

**PRC = Año q' supera inversión + (Inversión - Sumator. Prim.flujos / Flujo año q' sup.inv. )**

$$\text{PRC} = 2 + ( (113.758,04 - 133.008,69) / 70.428,09 )$$

$$\text{PRC} = 2 - 0,2733$$

$$\text{PRC} = 1,72$$

1 año

$$0,72 \times 12 = 9,21 \quad 9 \text{ meses}$$

$$8,64 \quad 8 \text{ meses}$$

$$0,64 \times 30 =$$

$$14,4 \quad 19 \text{ días}$$

Significa que la inversión se recupera en 1 año, 9 meses y 19 días.

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:**

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambio por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente: el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es  $< 1$  el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es  $= 1$  no hay efectos sobre el proyecto.

Cuadro 80. Análisis de Sensibilidad con el incremento del 59% en los Costos

| AÑOS | COSTO TOTAL ORIGINAL | COSTO TOTAL ORIGINAL | INGRESO ORIGINAL | ACTUALIZACIÓN |               |              |               |              |
|------|----------------------|----------------------|------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|      |                      |                      |                  | FLUJO NETO    | FACTOR ACT.   | VALOR ACTUAL | FACTOR ACT.   | VALOR ACTUAL |
|      |                      | <b>59,00%</b>        |                  |               | <b>39,00%</b> |              | <b>40,00%</b> |              |
|      |                      |                      |                  |               |               | -113.758,04  |               | -113.758,04  |
| 1    | 110.505,05           | 175.703,03           | 201.950,00       | 26.246,97     | 0,71942       | 18.882,71    | 0,71429       | 18.747,83    |
| 2    | 114.016,21           | 181.285,78           | 217.297,50       | 36.011,72     | 0,51757       | 18.638,64    | 0,51020       | 18.373,33    |
| 3    | 117.754,03           | 187.228,91           | 233.037,38       | 45.808,47     | 0,37235       | 17.056,95    | 0,36443       | 16.694,05    |
| 4    | 122.713,68           | 195.114,75           | 249.189,24       | 54.074,50     | 0,26788       | 14.485,49    | 0,26031       | 14.076,04    |
| 5    | 126.004,38           | 200.346,96           | 265.773,71       | 65.426,75     | 0,19272       | 12.609,02    | 0,18593       | 12.165,09    |
| 6    | 130.508,46           | 207.508,45           | 282.812,39       | 75.303,94     | 0,13865       | 10.440,68    | 0,13281       | 10.001,14    |
| 7    | 136.354,27           | 216.803,28           | 300.328,01       | 83.524,73     | 0,09975       | 8.331,27     | 0,09486       | 7.923,53     |
| 8    | 140.378,64           | 223.202,03           | 318.344,41       | 95.142,38     | 0,07176       | 6.827,40     | 0,06776       | 6.446,88     |
| 9    | 145.735,24           | 231.719,04           | 336.886,63       | 105.167,59    | 0,05163       | 5.429,36     | 0,04840       | 5.090,14     |
| 10   | 152.601,23           | 242.635,96           | 355.980,96       | 113.345,00    | 0,03714       | 4.209,73     | 0,03457       | 3.918,52     |
|      |                      |                      |                  |               |               | 3.153,23     |               | -321,50      |

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

8522,96

$$NTIR = 21 + 1 \left( \frac{\dots}{\dots} \right)$$

3.153,23      321,50

NTIR = 39,91%

TIR DEL PROYECTO = 64,95%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **25,05%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \* 100

% Var. = **38,56%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9662543**

El proyecto puede soportar hasta el 59% de incremento en los costos, lo que significa que el proyecto no es sensible y por lo tanto puede ejecutarse.



El proyecto soportará el 29.5% de la disminución de los ingresos por lo tanto el proyecto no es sensible y puede ejecutarse.

## **h. CONCLUSIONES**

Luego de realizado el estudio para la implementación de un restaurante de comidas típicas en la parroquia Muyuna, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- De acuerdo al estudio de mercado, el 98% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo que se implemente este tipo de servicio, ya que en el sector no existe el mismo, pese a existir afluencia de turistas y de encontrarse la Universidad de IKIAM.
- El sector en donde se encontrará ubicado el restaurante contará con todos los servicios básicos necesarios para su implementación.
- La implementación del restaurante tendrá una inversión de \$.113.758, 04, la misma que estará financiada con el aporte de los socios en un 36% (\$.40.758, 04) y el 64% (\$.73.000.00), con un crédito a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus del cantón Tena, a una tasa de interés del 14% a 10 años plazo.
- El restaurante para que no tenga pérdida ni ganancia tendrá que tener un punto de equilibrio, utilizando la capacidad instalada en un 33.26% y obtener unos ingresos de \$.67.169,55.
- Los indicadores financieros de acuerdo a sus resultados nos demuestran la rentabilidad del proyecto, obteniendo lo siguiente: el Valor actual neto que dio un valor \$.363.822,38, lo que significa que es mayor que la inversión de \$.113.758,04; la Tasa Interna de Retorno del 64.95% que es

mayor al costo de oportunidad del 14%, el período de recuperación de capital que se lo va a realizar en 1 año, 9 meses y 19 días, la Relación Beneficio/Costo que arroja una rentabilidad de \$1.06, por cada dólar invertido, y el análisis de sensibilidad que soporto un incremento en los costos del 59% y una disminución en los ingresos de 29.5%, lo que significa que el proyecto no es sensible por consiguiente el mismo es rentable.

## **i. RECOMENDACIONES**

En base a las conclusiones se recomienda lo siguiente:

- Se implemente el presente estudio en razón de que los resultados en todas las etapas de la investigación es factible.
- Que al momento de implementarse es conveniente realizar los ajustes a los presupuestos, en razón de la inestabilidad económica que vive el país.
- Se realice las gestiones necesarias para la adquisición del crédito en la cooperativa, y se analicen otras fuentes de financiamiento.
- Se realice una campaña de publicidad y promoción del restaurante para posicionarlo al restaurante en el mercado, utilizando los medios de comunicación existentes en el lugar.
- Aplicar los medios promocionales para mantener la fidelidad de los clientes.
- Que el presente trabajo de investigación sirva como guía para posteriores trabajos de investigación.

## **j. BIBLIOGRAFIA**

BACA URBINA, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc.Graw Hill.

GONZALEZ, M. (26 de Octubre de 2016). *Apuntes de preparación y evaluación de proyectos*.  
Obtenido de Estudio de Mercado-Análisis de la demanda:  
<http://proyectos.ingenotas.com/2008/11/estudio-de-mercado-analisis-de-la.html>

NASSIR SAPAG, C. (2005). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. México: Pearson.

PASACA MORA, M. (2017). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja.:  
Grafimundo.

PLAN DE DESARROLLO DE LA PARROQUIA MUYUNA, CANTON TENA, PROVINCIA DE NAPO.  
2014-2020.

Santo Tomas, U. (2017). *Universidad Santo Tomas. Primer Claustro Universitario de Colombia*.  
Obtenido de Estudio de Mercado: <http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto>

TORAL, R. (2012). *Administración de la Producción y de las operaciones*. Loja: Grafimundo.

ZAPATA SANCHEZ, P. (2016). *Contabilidad General*. México: Mc. Graw Hill.

## k. ANEXOS

### Anexo 1: Diseño de la Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Con la finalidad de recopilar información para realizar el trabajo de investigación titulado

**DISEÑO DEL RESTAURANTE “ESTANCIA DE LAS ORQUIDEAS”,  
MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA  
FOMENTAR EL DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD  
ATACAPI, PARROQUIA MUYUNA, CANON TENA, PROVINCIA DE  
NAPO”,** me permito solicitar su valiosa colaboración dando contestación a la presente encuesta.

#### 1. Cuál es su lugar de procedencia

Local ( )

Nacional ( )

Internacional ( )

#### 2. Al momento de alimentarse donde suele hacerlo?.

.....

#### 3. Cada que tiempo suele alimentarse en un restaurante

Diario ( )

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

Anual ( )

**4. Con cuántas personas suele salir a un restaurante**

1 a 2 ( )

2 a 4 ( )

5 a 6 ( )

**5.Cuál es su promedio de gastos cuando sale a un restaurante**

\$.1 a \$.5 ( )

\$.6 a \$.10 ( )

\$.11 a \$.15 ( )

**6. Considera usted necesario que se implemente un restaurante de comidas típicas en la parroquia Muyuna del cantón el Tena.**

SI ( )

NO ( )

**7. Cómo le gustaría que el restaurante sea diseñado**

Moderno ( )

Tradicional ( )

Clásico ( )

**8. Qué tipo de servicio le gustaría**

Desayunos ( )

Almuerzos ( )

Cenas ( )

Platos fuertes ( )

**9. Cuando visita un restaurante por que lo hace**

Calidad ( )

Precio ( )

Atención ( )

Localización ( )

**10. Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de la existencia del nuevo restaurante**

Radio ( )

Prensa ( )

Televisión ( )

Otros ( )

**11. Cómo le gustaría que se promocione el restaurante**

Esferos ( )

Gorras ( )

Camisetas ( )

**Gracias por su valiosa colaboración**

## INDICE

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| CARATULA                       | i   |
| CERTIFICACION                  | ii  |
| AUTORIA                        | iii |
| CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS | iv  |
| DEDICATORIA                    | v   |
| AGRADECIMIENTO                 | vi  |
| a. TITULO                      | 1   |
| b. RESUMEN                     | 2   |
| ABSTRACT                       | 3   |
| c. INTRODUCCIÓN                | 4   |
| d. REVISIÓN DE LITERATURA      | 6   |
| e. MATERIALES Y MÉTODOS        | 40  |
| f. RESULTADOS                  | 45  |
| g. DISCUSIÓN                   | 124 |
| h. CONCLUSIONES                | 137 |
| i. RECOMENDACIONES             | 139 |
| j. BIBLIOGRAFÍA                | 140 |
| k. ANEXOS                      | 141 |
| INDICE                         | 144 |