

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE  
ESMERALDAS**



**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TESIS DE GRADO**

**“RENTABILIDAD DEL RESTAURANTE DE BOLONES ALTANERIAS  
DEL CHINO EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS”**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**FINANZAS**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA (CPA)**

**AUTOR:**

**KAREN YANNELLA LEÓN BUENO**

**ASESOR:**

**MGT. JESSICA HOLGUIN**

## **TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

---

**PRESIDENTE DE TRIBUNAL**

---

Mgt. Jessica Holguín.  
**ASESORA DE TESIS**

---

PhD.Cecilia Velasco  
**LECTOR 1**

---

Mgt. Ignacio Sandoval  
**LECTOR 2**

---

Mgt. Paola Samaniego García  
**DIRECTORA DE ESCUELA**

**ESMERALDAS, 2020**

## **AUTORÍA**

Yo, KAREN YANNELLA LEON BUENO, con cédula de identidad N° 0802666958, estudiante de la facultad de Ciencias Administrativa y Contable de la Escuela de Contabilidad y Auditoría de la PUCESE, expreso que el desarrollo de la presente investigación de trabajo actual de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud de esta declaración, asumo que el contenido del trabajo de investigación propuesto es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y la PUCESE

---

**LEON BUENO KAREN YANNELLA**  
**CI: 0802666958.**

## **DEDICATORIA**

Mi tesis la dedico principalmente a Dios y a las dos personas que me dieron la vida, mi madre Sandra Narcisa Bueno Ramón , mi padre Alfonso Narciso León Rivadeneira ,por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera para mi futuro, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado brindándome su apoyo ,compresión y amor.

A mis hijos Dylan Emiliano Orellana León y Ainhoa Raffaella Heredia León por ser mi mayor motivación e inspiración para seguir superándome y así poder luchar para que la vida nos depare un mejor futuro.

A mis hermanos por estar apoyándome en el proceso de la elaboración de mi tesis, para poder lograr mi meta profesional.

## **AGRADECIMEINTO**

A la universidad PUCESE por haberme dado la oportunidad de estudiar y enriquecerme de conocimientos que me servirán más adelante en mi vida profesional.

A mi asesora la Mgt. Jessica Holguín que supo guiarme durante el proceso de investigación.

A mis compañeros que estuvieron en buenos y malos momentos que pasamos siempre supimos superarlos y nos supimos apoyar en lo que más pudimos, a quienes les diré colegas, les doy gracias por todo.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|                                                         |                                      |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| AUTORÍA.....                                            | ii                                   |
| DEDICATORIA .....                                       | iii                                  |
| AGRADECIMIENTO .....                                    | iv                                   |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                                  | vii                                  |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                                 | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| RESUMEN .....                                           | viii                                 |
| ABSTRACT .....                                          | ix                                   |
| 1. Introducción .....                                   | 1                                    |
| CAPÍTULO I .....                                        | 4                                    |
| 2. MARCO TEÓRICO .....                                  | 4                                    |
| 2.1 Base Teórica –Científica .....                      | 4                                    |
| 2.1.1 Rentabilidad de Negocios: Definición y tipos..... | 4                                    |
| 2.1.2 La Contabilidad en los negocios. ....             | 5                                    |
| 2.1.3 Marketing .....                                   | 6                                    |
| 2.1.4 Ingresos y gastos de un negocio.....              | 7                                    |
| 2.1.5 Administración .....                              | 9                                    |
| 2.1.6 Indicadores Financieros .....                     | 9                                    |
| 2.2 Antecedentes .....                                  | 16                                   |
| 2.3 MARCO LEGAL .....                                   | 21                                   |
| CAPÍTULO II .....                                       | 23                                   |
| 2. Metodología .....                                    | 23                                   |
| 2.1 Tipo de Estudio .....                               | 23                                   |
| 2.2 Definición conceptual y operacionalización.....     | 24                                   |
| 2.2.1. Enfoque Cuantitativo .....                       | 24                                   |
| 2.3 Enfoque Cualitativo .....                           | 26                                   |
| 2.4 Matriz Categorial.....                              | 26                                   |
| 2.5 Métodos .....                                       | 26                                   |
| 2.6 Población y muestra.....                            | 26                                   |
| 2.7 Técnicas e instrumentos.....                        | 27                                   |
| 2.8Análisis de datos.....                               | 28                                   |
| CAPÍTULO III .....                                      | 29                                   |
| 3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....    | 29                                   |

|                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1 Situación actual del restaurante de Bolones de Altanerías del chino.....                                   | 29 |
| 3.1.1 Entrevista al administrador del Restaurante de Bolones de Altanerías del chino.....                      | 29 |
| 3.1.2 Encuestas a los clientes del Restaurante Altanerías del Chino. ....                                      | 30 |
| 3.2 Identificación de ingresos y gastos que incurre en el restaurante de bolones de Altanerías del Chino. .... | 35 |
| 3.3 Impacto de rentabilidad mediante indicadores financieros .....                                             | 37 |
| CAPÍTULO IV .....                                                                                              | 41 |
| 4 Discusión .....                                                                                              | 41 |
| CAPÍTULO V .....                                                                                               | 44 |
| 5. Conclusiones y Recomendaciones .....                                                                        | 44 |
| 5.1 Conclusiones.....                                                                                          | 44 |
| 5.2 Recomendaciones .....                                                                                      | 45 |
| 5. Bibliografía .....                                                                                          | 46 |
| ANEXOS .....                                                                                                   | 50 |

## **ÍNDICE DE TABLAS**

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Tabla 1.Tipos de analisis financieros .....  | 10 |
| Tabla 2.Operacionalizacion de variables..... | 24 |
| Tabla 3.Categorización de variables.....     | 26 |
| Tabla 4.Resumen de ventas .....              | 35 |
| Tabla 5.Gastos Operativos .....              | 36 |

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Anexo.1 Encuesta a los clientes del restaurante de bolones Altanerías del chino..... | 51 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la rentabilidad del restaurante de bolones de Altanerías del Chino en la ciudad de Esmeraldas del año 2019. La metodología empleada tuvo un enfoque mixto con un diseño no experimental transaccional, permitiendo tener una visión más clara de la situación actual del restaurante de Bolones de Altanerías del Chino. Para recopilar información se estableció aplicar como técnica la encuesta, entrevista y observación, la encuesta estuvo estructurada con 12 preguntas, empleadas a 100 clientes que consumen los productos de dicho restaurante, además se aplicó una entrevista a los propietarios del negocio, para de esa manera tener conocimiento de cómo se contabilizan los costos, gastos del negocio y otros datos que faciliten el diagnóstico y la aplicación de indicadores y con la observación conocer la rentabilidad y así conseguir sus gastos e ingresos aplicándose a través de información tributaria y contable. Concluyendo que el administrador presenta desconocimiento del costo de inversión de su negocio ante el manejo de las herramientas de su administración financiera y, además se refleja con la aplicación de los indicadores financieros que su rentabilidad se disminuye con gran medida ya que sus gastos operativos no lo están registrando de una manera adecuada.

**PALABRAS CLAVE:** Rentabilidad, ingresos, gastos, indicadores financieros.

**ABSTRACT**

The present work of investigation had like objective to determine the profitability of the restaurant of balls of altanerías of the Chinese in the City of Emeralds of year 2019. The methodology used had a mixed approach with a non-experimental transectional design, allowing to have a clearer vision of the current situation of the restaurant of Bolones de Altanerías del Chino. In order to collect information, the technique used was a survey, interview and observation. The survey was structured with 12 questions, used to 100 clients who consume the products of the restaurant, and an interview was also applied to the owners of the business, in order to have knowledge of how the costs and expenses of the business are accounted for, as well as other data that facilitates the diagnosis and the application of indicators. Concluding that the administrator presents ignorance of the investment cost of his business before the handling of the tools of its financial administration and in addition it is reflected with the application of the financial indicators that its profitability is diminished with great measurement since its operative expenses are not registering it of a suitable way.

**KEY WORDS:** Profitability, income, expenses, financial indicato

## **1. Introducción**

Dentro de las actividades humanas en relación a su actividad empresarial se dan grandes ideas talentosas que pocos empresarios han sabido dirigir, generando cambio en el estilo de muchas personas (Gracia, 2015). Por lo tanto, se hace referencia al término emprender el cual consiste en la realización de una idea de negocio mediante la creación de nuevos productos o servicios que satisfagan las necesidades de las personas y generen empleo (Zamora, 2017).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el 2017 recolectó información de 2.060 personas que permitió conocer y analizar las diferentes características de la actividad emprendedora en el país, como resultado se obtuvo que cerca de 3 millones de personas adultas empezaron el proceso de inicio de un negocio lo que representa el 29.60% de la población entre adultos de 18 y 64 años, demostrando que todo ellos presentaron dificultades durante los primeros 3 meses de operación, uno de los principales problemas que se presentaron fueron de financiamiento y la falta de rentabilidad, recalcando que el emprendedor ecuatoriano tiene en promedio 36 años al ,el 48.80% proviene de hogares con ingreso mensual entre \$375 y \$750.

A la hora de empezar un negocio se debe planificar con el fin de generar una rentabilidad, para lo cual es necesario conocer su nivel de demanda en el mercado, así como las previsiones de ingresos y gastos; sin embargo, los resultados del estudio del Global Entrepreneurship Monitor (2017) señalan que generalmente los emprendedores inician sus actividades basados en características de la localidad (gustos y preferencias) donde van a emprender y sin tener conocimientos técnicos sobre la administración operativa y financiera de una empresa.

Uno de estos emprendimientos es el restaurante “Altanerías del Chino”, creado en el año 2018 y que ofrece a la ciudadanía esmeraldeña bolones con un sabor único e innovador, esta microempresa de tipo familiar a la fecha no posee un control sobre el nivel de rentabilidad que genera el negocio a sus inversionistas.

En base a las expectativas de control de la rentabilidad del restaurante de bolones Altanerías del Chino, la presente investigación abarcará un análisis de los índices y márgenes de rentabilidad, niveles de producción, índices e indicadores de evaluación financiera; con el fin de examinar la demanda que tiene dentro del mercado tratando de obtener una visión clara de la situación económica del negocio.

Debido a los problemas que presenta el restaurante de bolones de Altanerías del Chino provocadas por la falta de control sobre la rentabilidad, nace la necesidad de preparar una investigación, que pueda demostrar el estado de retorno de la inversión y la situación económica del emprendimiento, mediante la aplicación de indicadores financieros, dentro del entorno actual para conocer a sus inversionistas.

Es por ello, que en la presente investigación se planteó determinar la rentabilidad del restaurante de bolones de altanerías del chino en la Ciudad de Esmeraldas del año 2019, teniendo como objetivos específicos los siguientes: analizar la situación actual del restaurante de bolones altanerías del chino en la ciudad de Esmeraldas; identificar el total de ingresos y gastos en los que incurre en el restaurante de bolones de altanerías del chino en la ciudad de Esmeraldas; y, demostrar el impacto de rentabilidad mediante la aplicación de indicadores financieros del restaurante de bolones de altanerías del chino en la ciudad de Esmeraldas.

Los resultados de la investigación otorgaron información financiera y organizacional para los propietarios del restaurante objeto de estudio brindando una herramienta gerencial como referencia para posibles cambios y como guía en la toma de decisiones en la expansión del negocio.

Se empleó una metodología enfocada bajo un enfoque descriptivo, y como método el deductivo, además se aplicaron instrumentos como: encuestas y entrevistas mediante la realización de cuestionario.

La presente investigación está conformada en 5 capítulos, los cuales serán detallados a continuación: En el Capítulo I está constituido por las definiciones que se desglosan en el

marco teórico, que a su vez se detalla también con el estudio previo, su fundamentación legal la cual fue respaldada dicha investigación. En el Capítulo II se basa en la metodología, que está compuesta por los métodos aplicados, diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos y análisis de datos. En el Capítulo III se expone los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados, basados en función a los objetivos con el propósito de obtener resultados de determinar la rentabilidad del restaurante de bolones Altanerías del Chino. En el Capítulo IV se describe la discusión de los estudios previos con los respectivos resultados obtenidos y por último el Capítulo V comprende las conclusiones y recomendaciones de esta investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Base Teórica –Científica**

##### **2.1.1 Rentabilidad de Negocios: Definición y tipos.**

La definición de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usada en diferentes formas, siendo este indicador uno de los más importantes para evaluar el éxito de un negocio (Alberca y Rodríguez, 2012).

La rentabilidad en los negocios es la ganancia de una empresa, la cual es conocida como gestión contable la que hace que se evite pérdidas y además permite obtener un lucro económico y un excedente por encima de los gastos. La rentabilidad se define como la eficiencia económica del trabajo que la empresa efectúa, la obtención de ganancias es importantísima para aumentar la producción y satisfacer las necesidades de la sociedad (Alberca y Rodríguez, 2012).

Existen diferentes conceptos y opiniones relacionadas con el término rentabilidad de acuerdo a Gitman (1997) nos manifiesta que la rentabilidad es la relación que existe entre los ingresos y costos dados por el uso de los activos de las empresas, por lo que puede ser evaluada en referencia a los activos, ventas y capital.

Por otro lado, Aguirre (1997) define a la rentabilidad como un objetivo económico dado a un corto plazo que las empresas deben cumplirlo, con el fin de obtener un beneficio o ganancia para el desarrollo económico de la empresa.

Para Sánchez (2002) la rentabilidad se aplica a toda gestión económica en la que intervienen medios humanos, materiales y financieros con el fin de obtener resultados. que beneficien a la empresa.

De forma complementaria, la rentabilidad presenta varios tipos, por ejemplo, existe la rentabilidad económica la cual es una medida en un periodo determinado, se centra en

evaluar el rendimiento de los activos en su totalidad, es decir este indicador determina si una empresa es rentable o no en términos económicos y otra es la rentabilidad financiera en el cual su rendimiento es obtenido por capitales propios, esta medida financiera se podría considerar como el rendimiento que se obtiene como resultado de realizar inversiones , es decir los logros para la empresa.

### **2.1.2 La Contabilidad en los negocios.**

Para Mattessich (1964), la contabilidad es una disciplina que se encarga de la descripción y proyecciones cuantitativas de la circulación del ingreso y la acumulación de la riqueza mediante un método basado en el siguiente conjunto de supuestos básicos como lo es la unidad monetaria, unidad de tiempo, estructura, dualidad, acumulación, objetos económicos, unidad de medida estable, agentes económicos, entes, transacciones económicas, valuación, realización, clasificación, ingreso de datos, duración o período, consolidación ,significatividad y asignación o imputación.

Guerrero y Galindo (2014) para ellos la importancia de la contabilidad radica en lo importante que es para el empresario como instrumento de control para dar una información dando a conocer las operaciones de resultado de las operaciones de su negocio.

Según Omeñaca (2013) define la contabilidad como ciencia que orienta a los sujetos económicos los cuales coordinen y estructuren en registros adecuados la composición cuantitativa o cualitativa de su patrimonio, con sus operaciones que modifican o amplían o reducen dicho patrimonio, de acuerdo a este concepto el empresario tendría constancia de la situación y composición de su patrimonio controlando su evolución con un ordenado registro de datos.

Dentro de la contabilidad en los negocios encontramos tres principales objetivos: informar de la situación de la empresa que consiste del aspecto económico-cuantitativo como en su económico-financiero el cual nos dice que los inventarios y los balances serán fundamentalmente los instrumentos a través de los cuales se presentará esa información , el segundo objetivo es informar los resultados obtenidos en cada ejercicio económico, es decir cuánto se ha ganado o se ha perdido en un período de tiempo determinado y por último

tenemos el de informar de las causas de dichos resultados.

### **2.1.3 Marketing**

El marketing, es la eficacia con la que queremos orientar al usuario más no al vendedor, por ello un negocio orientado al marketing no quiere satisfacer a todas las personas porque una vez ya identificadas las necesidades y características de los mercados se decide cuál de ellos se va atender con base al potencial de sus utilidades ya que cada mercado es diferente de tal modo se tendrá que diseñar distintos beneficios para satisfacer los requerimientos de cada uno de ellos (Cyr y Gray, 2004).

Por otro lado, Grande (2005) se dice que el marketing es quien capta, estimula, comprende y satisface las necesidades de los consumidores quienes son involucrados por las organizaciones.

Por otra parte, Pascual (2019) se dicen que dentro de la empresa se dan algunos elementos de marketing los cuales son los siguientes:

1. **Análisis de la situación de la empresa:** Lo principal que se debe de hacer es plantearse una estrategia la cual se analizará la situación de las empresas desde los diferentes puntos posibles como lo es su entorno económico donde se desarrollan las ventas y los medios más apropiados para ofrecer el producto o servicio.
2. **Donde está el público objetivo:** En este punto se debe de realizar un estudio de los posibles potenciales de clientes, es decir las personas dispuestas de realizar una compra y en que ámbito suelen realizarse.
3. **Conocer la competencia:** Es primordial en este punto saber cómo interviene la competencia, conocer sus propósitos y sus comportamientos, que suele hacer para así saber toda la información de la empresa contraria a los que se debe enfrentar.
4. **Plantear objetivos:** Este es el elemento más importante del marketing, en este se basará los diferentes pasos a dar en cada momento, es decir plantearse objetivos principales y específicos.

5. Dividir para vencer: Hace referencia a saber cómo actuar a los diferentes segmentos potenciales de los clientes, ya que todos no son iguales.
6. Adaptación: Ahora en la actualidad todos tenemos acceso al internet ya que es un servicio de todos, en el cual aquí entra la estrategia del marketing digital por lo que es capaz de captar de una manera más fácil la atención del cliente, pero se debe de utilizar de una forma adecuada en los que en la publicidad enfocada a los perfiles característicos de cada persona.
7. Ejecución: Aquí se aplican todas las anteriores estrategias, en este punto es la mejor manera de saber si funcionan, evaluando los resultados y así ver si es necesario modificar alguna estrategia.

#### **2.1.4 Ingresos y gastos de un negocio.**

Cuidar las cuentas de un negocio es algo que algunos empresarios y Micro emprendedores le temen; por lo cual en ellos se dan muchas dudas y se cuestionan ¿en que gastaron?, ¿Qué es lo primordial? en estos casos suele pasar que al comienzo de un proyecto tienen faltan de optimismo; y los emprendedores exageran en sus ingresos y gastos por lo que esto pueden costarles el negocio (Vernia, 2016).

Llevar un control de los ingresos y gastos es primordial para cualquier negocio, no solo cumplir con las obligaciones tributarias, es también una prevención necesaria para controlar el funcionamiento diario del negocio y así mejorar el rendimiento del mismo. Cualquier persona que inicie un negocio estará en la obligación de realizar un seguimiento de sus ingresos y gastos, por ello es esencial definir a continuación que son los ingresos y gastos.

Toda empresa tiene que incurrir en gastos para realizar sus operaciones regularmente, pero hoy en día se busca ser más eficiente. Los gastos de negocios podemos definirlo como el dinero que se gasta en promociones, publicidad, insumos o en cualquier otra actividad al funcionamiento del negocio. Los gastos se restan de los ingresos al final del año fiscal que nos da a conocer la ganancia o pérdida neta (Suttle, 2018).

Cabe recalcar que llevar un registro correcto diario de los ingresos y gastos es fundamental

cuando se inicia un emprendimiento, porque a través de llevar un control podemos conocer las finanzas, llevar más organizada la contabilidad y da la claridad de saber en qué área del negocio se puede ahorrar más, conociendo todo esto podemos lograr una mejor rentabilidad.

#### **2.1.4.1 Tipos de ingresos**

Desde el punto de vista de las personas que quieren emprender y ganar dinero, se clasificará los tipos de ingresos que existen, Kiyosaki (2016) consideró dividir a los ingresos en activos y pasivos y por resultados. Para el presente estudio consideramos a esta clasificación con las siguientes definiciones:

**Ingresos activos:** Se requiere de la actividad y la presencia física para producir; es decir tienes que hacer cosas para que se produzcan, cuando dejas de realizar alguna actividad (producir) dejas de tener ingresos.

**Ingresos pasivos:** Son ingresos que no proceden del tiempo empleado en producirlos, si no de activos que se han producido una vez y a partir de esa vez generan ingresos por sí solos.

**Ingresos por resultado:** Se derivan de los resultados obtenidos; es decir depende de lo que vendas y no del tiempo en lo que lo vendas.

#### **2.1.4.2 Tipos de gastos**

Por lo general, los gastos de una persona van a la par con su nivel adquisitivo, el cual dependerá de sus ingresos, por ello los gastos se clasifican en 3 tipos:

**Gastos fijos:** Estos gastos pueden ser mensuales, como el alquiler o cuentas que se paguen regularmente.

**Gastos flexibles:** También son gastos que se dan regularmente, pero uno toma la decisión de la cantidad para gastar.

**Gastos discrecionales:** Puede ser un gasto utilizado para ahorrar en un futuro.

### **2.1.5 Administración**

Según Guerrero y Galindo (2014) la administración es quien interpreta los objetivos que fueron planteados por la organización transformándose a través de la planificación, organización, dirección y control realizados en todas las áreas, niveles con el fin de alcanzar todos los objetivos y así garantizar la competitividad en el mundo de los negocios siendo estos complejos y rivalizados.

De acuerdo con Robbins y Decenzo (2009) se refieren a la administración como procesos que se desean realizar las cosas con eficiencia y eficacia, a través de otras personas o juntas con ellas, para lo cual se realizarían actividades desempeñadas por los gerentes.

Para Hansen y Mowen (1996) la administración de costos tiene un enfoque mucho más amplio que el sistema de costos tradicionales, porque no solo es quién se ocupa de cuánto cuesta algo sino de sus factores que generan costos como lo es el tiempo del ciclo, la calidad, la productividad de los procesos por eso está exige la compresión de la estructura de costos de una empresa.

### **2.1.6 Indicadores Financieros**

#### **2.1.6.1 Análisis Financieros**

El análisis financiero nos permite conocer todos y cada uno de los resultados de la organización para así poder generar un diagnóstico total del desempeño financiero de la empresa en lo que se refiere a su productividad, eficiencia, el uso de sus activos, su contabilidad y sus finanzas, con esto se puede determinar cuáles fueron las causas del problema y así poder tomar acciones correctivas. Pero va más allá de dichas acciones, como entregar información relevante a agentes externos, como inversionistas, instituciones financieras, acreedores, etc.

Según Baena (2014) el análisis financiero es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de los datos cuantitativos y cualitativos, como también de los hechos históricos de la empresa, con la intención de obtener el diagnóstico sobre la situación real de la compañía, permitiendo una correcta toma de decisiones.

Para lograr una buena información de la situación financiera de un negocio, se solicita disponer de un estado de situación financiera y de un estado de resultados.

Acosta (2015) hace referencia a la clasificación de los tipos de análisis financieros que se presenta a continuación:

**Tabla 1**

*Tipos de análisis financieros*

| TIPO DE INFORMACIÓN                  | MÉTODOS               | DETALLE                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CLASE DE INFORMACIÓN QUE SE APLICA   | MÉTODOS VERTICALES    | Se aplica a un solo período o una fecha determinada                                                                                                                                                                                      |
|                                      | MÉTODOS HORIZANTALES  | Se aplica con dos o más períodos de tiempo o fecha.                                                                                                                                                                                      |
|                                      | ANÁLISIS FACTORIAL    | Aplicado a la distinción y separación de factores que concurren en el resultado de una empresa.                                                                                                                                          |
| INFORMACIÓN QUE SE MANEJA            | MÉTODOS ESTÁTICOS     | Cuando la información sobre la que se emplea el procedimiento de análisis se refiere a una fecha fija.                                                                                                                                   |
|                                      | MÉTODOS DINÁMICOS     | Cuando la información sobre la que se emplea el Método de estudio se describe a un período de tiempo dado.                                                                                                                               |
|                                      | MÉTODOS COMBINADOS    | Cuando los estados financieros sobre los que se emplea, tienen información a una sola fecha a un solo periodo de tiempo. Consiguiendo ser estático- dinámico y dinámico-estático.                                                        |
| FUENTE DE INFORMACIÓN QUE SE COMPARA | ANÁLISIS INTERNO      | Cuando se realiza por fines administrativos y el analista está en contacto directo con la organización, teniendo este acceso a toda la información de la empresa.                                                                        |
|                                      | ANÁLISIS EXTERNO      | Cuando el analista no tiene relación directa con la compañía y a la información se verá limitado a la que se califique para realizar su estudio. Este estudio por lo frecuente se hace con fines de crédito o de inversiones de capital. |
|                                      | MÉTODOS TRADICIONALES | Son los utilizados regularmente por la mayoría de los analistas financieros.                                                                                                                                                             |
| FRECUENCIA DE SU UTILIZACIÓN         | MÉTODOS               | Son los métodos matemáticos y estadísticos que se emplean                                                                                                                                                                                |

---

Nota: Tomada de Acosta (2015)

### 2.1.6.2 Índices de Rentabilidad

Son una serie de índices que se utilizan en una compañía para establecer la capacidad que tienen a la hora de conseguir beneficios, principalmente por medio de los fondos propios disponibles o de los activos en su totalidad con el que se encuentra la empresa. Además, sirven para medir la efectividad de la administración de la organización para llevar un control de costos y gastos, y de esa forma convertir las ventas en utilidades. Según Zenteno (2018), los indicadores más empelados para calcular la rentabilidad de una empresa son:

**Margen Bruto:** Es el beneficio bruto con las ventas totales de la organización, es decir la rentabilidad obtenida por las ventas realizadas descontando los gastos de su elaboración, los impuestos e intereses, la fórmula utilizada es:

$$\text{.Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Coste de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

**Margen Operacional:** Da a conocer la rentabilidad que logran los propietarios de la empresa por la inversión que han realizado, sin tomar en cuenta los gastos financieros y los impuestos, se usa la siguiente fórmula:

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Beneficio operacional}}{\text{ventas}}$$

El margen de operación también existe relación con la ratio de retorno de la inversión (ROI), si el margen de operación es rentable y el retorno de la inversión es más bien pobre, es señal de una sobre inversión de activos, sobre la cual la empresa tendrá que actuar decisivamente, la fórmula utilizada es:

$$\frac{\text{Utilidad antes del Impuesto}}{\text{Total de activos}}$$

El ratio de la Inversión (ROI), es una medida de la productividad de la inversión, se halla relacionándose las utilidades después de impuestos menos los dividendos con el capital menos el valor de las acciones.

**Margen Neto:** Este indicador incluye dos variables las entradas de la compañía y el saldo final del estado de resultados. Recalcando que se deben descontar todas las salidas que permitieron colocar el producto en el mercado, incluyendo los impuestos. Este da a conocer si se está llevando un eficiente control de los costes, a diferencia del margen bruto, este no toma en cuenta solo el coste de producción, sino otros gastos en comercialización, promoción, entre otros; para calcular el indicador se usa:

$$\text{Margen neto} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}}$$

**Rendimiento de patrimonio:** Es la diferencia entre el total de activos menos el total de las deudas, es decir el capital puesto de los accionistas a la compañía, sumando los beneficios que la empresa ha retenido y restando las acciones propias (no pagan dividendos, no tiene derecho a voto), se calcula así:

$$\text{Rendimiento de patrimonio} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio neto}}$$

### 2.1.6.3 Índices de Estabilidad

Este indicador permite identificar en la empresa las variables primordiales que intervienen en cada proceso organizativo, en la que se conoce su comportamiento tanto en el interno y externo. La relación de estas variables forma indicadores de estabilidad, la cual hace posible hacer una evaluación de la organización en términos de eficiencia, eficacia y efectividad, utilizando de una mejor manera sus recursos. Cabe recalcar que con estos indicadores se puede observar el comportamiento de la empresa a corto, mediano y largo plazo (Morales, 2017). La fórmula utilizada es:

$$IE = \frac{\text{Activo Fijo}}{\text{Patrimonio neto} + \text{Pasivo no corriente}}$$

De acuerdo, a la formula el activo fijo incluye las inversiones que están destinadas a permanecer en un tiempo de largo plazo en la organización, en la financiación básica involucra a los fondos propios, las deudas que no se devuelven a corto plazo por lo general menos de un año (García, 2018).

Por otra parte, este indicador debe ser normalmente por debajo de uno, el objetivo de este es medir la inversión y la financiación de la organización.

#### **2.1.6.4 Reportes Financieros**

Son documentos de gran importancia que guardan información sobre la situación económica de la empresa, cuyo fin es dar un enfoque general de la misma. Estos reportes financieros se incluyen dentro de los estados financieros como lo es el balance de situación, el cálculo de las pérdidas y ganancias, el estado del flujo de efectivo. Todos ellos se caracterizan por ser fiables y útiles, lo cual su función es reflejar lo que realmente está pasando en la empresa (Debitoor ,2019).

Un reporte financiero es un documento que determina la situación económica de una empresa, para que el contador pueda establecer sus recomendaciones en relación de la estructura del negocio y pronosticar el desempeño del futuro.

#### **2.1.6.5 Estados Financieros**

Son una estructura de la situación y el desarrollo financiero de una entidad en una fecha determinada o período específico, con el propósito de facilitar toda la información financiera de la entidad proporcionando la posición financiera teniendo el resultado de las operaciones y los cambios que se presentan en el capital o patrimonio contable, también en sus recursos y fuentes que son útiles para el interesado en general para el proceso de la toma de decisiones económicas (Román, 2017).

Los estados financieros son un informe de tipo formal que es utilizado por las empresas, personas e instituciones, para llevar una constancia de los diferentes tipos de actividades económicas de las mismas.

### 2.1.6.6 Diagrama de solidez financiera

Este se efectúa a través de la estructura financiera que establece los activos de menor a mayor liquidez y las fuentes de igual manera, pero estableciendo la exigibilidad, la intención de esto es comparar en el diagrama los activos menos líquidos con las fuentes de menos exigibles en lo que se refiere en la parte superior, en la inferior los activos de mayor liquidez con las fuentes más exigibles, para poder identificar si hay equilibrio o no (Salas, 2016).

Según Rubio (2007) el propósito del análisis de la estructura financiera radica en establecer si el total de activos y pasivos existe un equilibrio financiero

Los objetivos que busca esta investigación son:

- Conocer la situación de la empresa (fuentes de financiamiento y recursos utilizados)
- Verificar el progreso que tiene a través del tiempo de la estructura de solidez
- Establecer el nivel de equilibrio presente de la organización.
- Determinar la capacidad de endeudamiento.

### 2.1.6.7 Capital de trabajo

Es la cantidad necesaria de recursos para que una organización o establecimiento financiero pueda realizar sus operaciones normalmente, es decir son aquellos recursos que necesita la empresa conocido como activo corriente. Este indica el equilibrio que tiene una compañía en activos y pasivos, dando a conocer si tiene suficientes recursos para operar, antes de obtener una ganancia, de esta manera podremos saber si es necesario aumentar el capital de trabajo (Gerencie, 2018).

La empresa para operar requiere de algunos recursos para poder cubrir sus necesidades de materia prima, insumos, mano de obra, etc. Estos están disponibles a corto plazo para satisfacer las necesidades de la misma.

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activos Corrientes} - \text{Pasivos Corrientes}$$

#### 2.1.6.8 Razón circulante

Es un indicador de liquidez que permite medir la capacidad que tiene una empresa para poder pagar sus obligaciones a corto plazo, este facilita información a los inversionistas y analistas sobre como una organización puede maximizar sus circulantes en su balance para así satisfacer sus deudas a corto plazo (Helmut, 2019). La fórmula utilizada es:

$$\text{Razon circulante} = \frac{\text{Activos circulantes totales}}{\text{Pasivos circulantes totales}}$$

#### 2.1.6.9 Prueba ácida

Este indicador permite saber si una empresa cuenta con suficientes activos líquidos a corto plazo para poder cubrir sus obligaciones, se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos circulantes}}$$
$$\frac{0}{\frac{\text{Efectivo} + \text{Cuentas por cobrar} + \text{Inversiones a corto plazo}}{\text{Pasivos circulantes}}}$$

Cuando el valor de la prueba ácida es mayor a 1 indica que la empresa está experimentando un mayor crecimiento, convirtiendo sus cuentas por cobrar en efectivo y estando en la capacidad de pagar rápidamente con sus obligaciones financieras a corto plazo.

Las compañías con una prueba ácida menor a uno nos indica que no tiene suficientes activos líquidos para poder pagar sus pasivos circulantes, en este sentido hay que tener un poco de preocupación.

## 2.2 Antecedentes

En el presente estudio se consideró comparar algunas investigaciones y trabajos académicos que se han desarrollado a referencia del análisis de rentabilidad de restaurantes de comida en la ciudad de Esmeraldas y que constituyen el estado del arte del tema de tesis:

De acuerdo al estudio de Monzón (2017) cuyo objetivo era establecer la incidencia del presupuesto operativo en la rentabilidad en el Restaurante Campestre Don Isaac en el período 2017, y para el cual se utilizó como técnica la entrevista que ayudó a conocer de una manera más detalla la situación económica del restaurante don Isaac, aplicando método el descriptivo para tener más conocimiento de su presupuesto operativo y rentabilidad, demostró que el restaurante ha presentado pérdidas durante los 4 últimos años por motivos de productos vencidos, excedentes de colaboradores y la preparación excesiva de platos lo cual esto ha sido causante de negatividad en sus ganancias y rentabilidad del restaurante. Concluyendo que implementado un presupuesto operativo este disminuirá o eliminará las pérdidas económicas, incrementando su rentabilidad en un 5.88% a 11.60% con una variación del 5.72%.

Barcia (2012) muestra en su estudio de factibilidad para la creación de un restaurante “FastCasual” en el sector Norte de Guayaquil, que utilizando el método cuantitativo -cualitativo para conocer el número de demanda insatisfecha, evaluar la competencia directa y obtener los diferentes intereses de los consumidores y la aplicación de los instrumentos como encuesta y la entrevista con el fin de conocer las preferencias de la ciudadanía de ir a comer a restaurantes de tipo casual ,llegó a concluir que los reales precios al operar el restaurante, con el fin de verificar logros y plantear acciones correctivas para conservar la rentabilidad requiere mantener una demanda del 10% de la muestra del estudio y considerar que la tasa de retorno de la inversión de 5 años.

Montalván (2019) realizó una investigación que tuvo como objetivo identificar la factibilidad para la creación del restaurante temático “El Fogón de la Papa” en la ciudad de Esmeraldas, para lo cual utilizó la metodología de tipo descriptiva y un enfoque

cuantitativo- cualitativo pudiendo así conocer los gustos, hábitos y las preferencias de los consumidores, para poder recaudar información se utilizó como instrumento la encuesta, entrevista y observación, para lo cual la encuesta fue elaborada de 12 preguntas a personas de 30-34 años de la ciudad de Esmeraldas, la entrevista se realizó a varios locales de la competencia con 8 preguntas teniendo como finalidad conocer sus precios ,proveedores, frecuencia de compras, etc., y por último realizó una ficha de observación permitiéndole conocer lo más importante de la parte técnica del restaurante y analizando los resultados concluyó que el proyecto es factible y viable, permitiendo poner en la marcha la idea del negocio con una tasa de retorno de la inversión de tres años.

Por otro lado, Núñez (2018) en su estudio sobre la implementación de un sistema de costos para incrementar la rentabilidad del restaurante Turístico el sabor de mi tierra, San Ignacio durante el periodo 2017, utilizó como diseño de investigación el transversal el cual se centró en analizar los costos y conocer su rentabilidad, aplicando como instrumento la encuesta y la entrevista tanto al gerente como al personal, demostrando que el restaurante no tiene determinado sus costos como los de suministró de oficina y atención al público, además estableció la depreciación de sus bienes y los costos de mantenimiento de plantas equipos lo cual se han tenido que abstener .Concluyendo que el restaurante el sabor de mi tierra no conocen exactamente el costo real de sus materias primas, mano de obra directa, costos indirecto de fabricación, gastos administrativos por motivos de no implementar un sistema de costos.

Paredes (2018) tuvo como objetivo en su investigación , determinar la viabilidad comercial y financiera para la creación de un bar-restaurant de alitas con salsa a base de frutas en el sector de la Universidad de las Fuerzas Armadas-Sede Sangolquí,se realizó un análisis exhaustivo utilizando herramientas cualitativas ( entrevista a expertos y posibles consumidores) y cuantitativas (encuestas), obteniendo como resultado que las oportunidades más relevantes del entorno son las políticas gubernamentales de emprendimiento y el sector de alimentos tiene un crecimiento estable se estableció con una inversión inicial de \$ 19,345.00, teniendo un VAN positivo el cual demostró que si tiene la capacidad de generar flujos que superaran la inversión inicial, concluyendo que el bar-restaurant posee una capacidad medida en ratios mayor a la industria , reduciendo el

nivel de endeudamiento anualmente y su gestión operativa está en contraste a su capacidad operativa, con el fin de generar rentabilidad para los accionistas

Por otro lado Pérez (2016) tiene como objetivo sacar el mayor progreso posible del sitio del Restaurante Of Food Vegetarian “D WILLY”, se realizó la recaudación de información mediante encuestas con una muestra de 383 personas, de los cuales se realizó a las personas económicamente activas de las parroquias urbanas del Cantón Esmeraldas, una vez obtenido los resultados de la investigación se procedió hacer un estudio de mercado para establecer el promedio anual de la demanda y la oferta, también se hizo un estudio técnico administrativo para identificar las exigencias técnicas humanas y materiales indispensables para la implementación de dicha investigación y finalmente se hace un estudio económico financiero, para establecer si es factible el proyecto, para así permitirles conocer el monto total de la inversión , concluyendo que hay un sin número de lugares gastronómicos que no cuentan con un control de calidad en la elaboración de sus productos, como una mala manipulación de los alimentos y una pésima administración lo cual conociendo estos factores le permiten a la investigación convertir una ventaja , para poner mucho más énfasis en dichos puntos.

Correa (2012) en su estudio tuvo como objetivo, determinar si resulta factible y rentable la implementación de un restaurante de comida mexicana en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, queriendo implementar en la clase media estratégicamente en el centro de las ciudadelas del norte las cuales tienen un gran movimiento mercantil y en la cual muchos negocios desempeñan sus actividades, realizó la metodología de encuestas obteniendo como resultado que el 86% las personas están de acuerdo con la realización del proyecto diciendo que asistirían al restaurante y lo recomendarían, por otro lado mediante el análisis financiero el negocio es factible con un valor actual neto \$144686 y una tasa interna de retorno del 90% siendo esta rentable cumpliendo con las expectativas de la inversión inicial realizada como un atractivo no solo para turistas nacionales sino también para extranjeros , podemos finalizar diciendo que este proyecto de comida es factible de realizar y llevar a cabo ya que a las personas les gustaría probar la verdadera comida mexicana satisfaciendo las necesidades de los consumidores que representan un mercado potencial.

También, Triviño (2015) realizó una investigación que tuvo por objetivo Analizar la

factibilidad de implementación de una empresa productora y comercializadora de una línea de comida rápida congelada hecha a base de mariscos, la metodología aplicada en la presente investigación es cuantitativo, recabando datos e información para probar las hipótesis planteadas en la investigación, mediante un análisis estadístico, acerca de la factibilidad de desarrollar una empresa dedicada a la comida rápida congelada, recolectando información mediante encuestas y la observación directa, analizando el comportamiento del mercado frente a la propuesta. La pequeña industria junto a las microempresas constituye un fenómeno en Ecuador que comprende más del 50% de la población económicamente activa. La gastronomía de nuestro país ha desatado numerosos negocios culinarios especializados. De acuerdo con el reconocido investigador Michael Moss, el “éxtasis” o “máximo” punto de satisfacción” es la forma en la que los fabricantes describen los niveles de azúcar, grasa y sal contenida en los alimentos procesados, ingredientes que los hacen atractivos e irresistible.

Viteri (2014) realizó un plan de negocios para la creación de un patio de comidas rápidas en la vía Quito – Guayllabamba Km. 25; el método empleado en la presente investigación, fue el método cuantitativo, elaborando una encuesta para un número de personas, se cuantificó la información recolectada mediante la tabulación de los datos para responder a las incógnitas del segmento de mercado en el cual se quería trabajar, y los resultados le permitieron mostrar cómo reaccionaría el nicho de mercado de dicho tema. La gastronomía en el Ecuador, es de gran importancia en la gente al momento de buscar un restaurante de comida rápida. Debido a la diversidad de productos que se puede acceder en el país, encontrar una variedad de marcas en un solo lugar es un valor agregado al momento de buscar un restaurante ya que los gustos y preferencias nunca son iguales. Un total del 95% de las personas encuestadas contestaron que prefieren tener 3 opciones distintas de alimentación al momento de realizar un viaje por lo que concluyó que el proyecto es factible. Se observó una clara aceptación de por parte de los clientes potenciales.

Para Jácome (2015) evaluar la rentabilidad de la compañía en el cumplimiento de leyes, el uso eficiente de las operaciones y verificar si la información financiera es confiable, usando métodos analíticos y sistemáticos, también los tipos de investigación exploratoria y

descriptiva, destacando el cuestionario y la entrevista; le permitió concluir que los procesos son utilizados inadecuadamente por el desconocimiento de los objetivos por parte de los colaboradores ignorando sus tareas específicas pero cumpliendo con las leyes y normativas establecidas por entes de control, teniendo al día sus obligaciones tributarias, societarias y laborales.

## **2.3 MARCO LEGAL**

Para llevar a cabo el presente estudio de investigación es preciso describir a continuación la fundamentación legal apoyada en normativas, reglamentos y artículos estipulados que establece la legislación como apoyo de la rentabilidad de un negocio:

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador (2008) en el art. 281 hace referencia al consumo de alimentos saludables. Para lo cual el abastecimiento de insumos para la elaboración de productos deberá estar calificado por un proceso de calidad.

En el art. 283 de la ley Ibidem, se manifiesta la relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en conformidad con el ambiente; que tiene como objetivo respaldar la producción y reproducción de las situaciones materiales e inmateriales que faciliten el buen vivir. El sistema económico se conformará por las conveniencias de la organización económica pública, privada y mixtas, popular y solidaria, las cuales serán manejadas de acuerdo con lo estipulado con la ley incluyendo lo que son los sectores de cooperativas, asociativos y comunitarios, además en el art. 284 de la misma ley se señalan los objetivos de la política económica, de los que se puede destacar, incitar a la elaboración nacional, productividad, promocionar el valor agregado con la mayor eficiencia.

La investigación también se sustenta en el art. 319 de la carta magna, el mismo que reconoce diferentes tipos de organización de la producción en la economía, entre otras están las comunitarias, cooperativas, empresariales (públicas, privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas). El Estado animará a la producción que satisfaga la demanda interna, también el art. 320 del mismo cuerpo legal, determina las distintas formas de organización en los procesos de producción, en donde será sujeta de principios y normas de calidad, productividad continua, sostenibilidad del trabajo y eficiencia económica y social.

En lo que tiene que ver con el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 (2016) en el objetivo cuatro, manifiesta la necesidad de consolidar la sostenibilidad del sistema

económico social y solidario, como también garantizar la gestión eficiente de liquidez, así incentivar las inversiones privadas nacional, dando empleo y garantizando mayor participación de las MIPYMES y sus actores de la economía popular y solidaria reduciendo trámites, acceso preferencial a financiamiento y por último promover la competencia en los mercados regulando el control eficiente de prácticas monopólicas, concentración del poder las fallas de mercado que generen unas condiciones adecuadas para el desarrollo de las actividades económicas.

En lo que se refiere a las obligaciones de los sujetos pasivos de acuerdo a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (2004) en el art. 4 hace énfasis que es primordial que el negocio de a conocer al estado su situación económica, además en el art. 19 de la misma ley indica la importancia de llevar un registro contable de sus ingresos y gastos y lo que son sus estados financieros y de esa manera identificar en que categoría se encuentra el emprendimiento con el fin de establecer sus tributos de acuerdo a lo estipulado con la ley.

El Reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (2015) en su art.10 hace referencia a que toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera para requerir por primera vez el permiso de funcionamiento deberá contar con un registro único de contribuyentes, cédula de identidad del propietario, documentos que acrediten la persona jurídica del establecimiento, categorización formulada por los Ministerios de Turismo o de Industrias y Productividad y el comprobante que respalde el pago del permiso de funcionamiento.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Metodología**

Esta investigación se llevó a cabo en el restaurante Bolones Altanerías del Chino ubicado en las calles Sucre y Pichincha cantón y provincia de Esmeraldas. Para desarrollar esta investigación se tomó como referencia Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014), en su libro Metodología de Investigación, de manera que se pueda establecer el diseño y alcance de este estudio.

#### **2.1 Tipo de Estudio**

En esta investigación por el nivel de medición y análisis de la información se aplicó un enfoque mixto, que para Hernández, Fernández y Baptista (2014) hace uso en los cálculos numéricos y análisis estadísticos para establecer tipos de comportamiento, con este tipo de enfoque se pudo definir el tamaño de la demanda y la oferta; es decir, obteniendo una visión clara de la situación actual del restaurante de Bolones las Altanerías del Chino, considerando que se realizó la medición numérica de las características del mercado consumidor, los proveedores, competidores, etc.

Adicional esta investigación presenta un diseño no experimental transaccional para conocer los hábitos, los gustos y preferencia de los consumidores; o como lo define Hernández, Fernández y Baptista (2014) cuando el estudio se especifica en analizar diferentes variables recolectando datos en un solo momento. Este diseño se apoyó de la investigación aplicada que según Murillo (2008) busca la utilización de conocimientos adquiridos. Que en conjunto buscó aplicar indicadores financieros sobre la base de la información obtenida.

Por ende, obtuvimos una investigación descriptiva como la define Méndez (2001) establece conductas y actitudes del universo investigado y determina relación entre las variables de estudio. Para el presente trabajo se utilizó este tipo de estudio porque nos recolectará datos que describa la situación actual, una vez que se obtenga los resultados.

## 2.2 Definición conceptual y operacionalización.

### 2.2.1. Enfoque Cuantitativo

Tabla 2

*Operacionalización de variables*

| VARIABLE                                                                        | DIMENSIÓN | INDICADORES                                 | INSTRUMENTO                   | PREGUNTAS                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Estado<br>Financiero<br>restaurante<br>de bolones<br>de altanerías<br>del chino | Demanda   | Índice de ventas                            | Cuantitativo /<br>Cualitativo | ¿Cuántas personas atienden diariamente?<br>¿Con qué frecuencia consume los productos de restaurante altanerías del chino?                   |
|                                                                                 | Oferta    | Número de<br>productos                      | Cuantitativo/<br>cualitativo  | ¿Cuántos productos ofrece al mercado esmeraldeño?<br>¿Qué medios utiliza para hacer conocer sus productos?                                  |
|                                                                                 | Precios   | Lista de precios<br>/ Precios de<br>mercado | Cuantitativo/<br>cualitativo  | ¿Estableció un costo de venta previo a la determinar el precio de venta al público?                                                         |
|                                                                                 | Gastos    | Canales de<br>atención                      | Cuantitativo                  | ¿Conoce cuánto es el gasto promedio de la producción?<br>¿Cómo controla los gastos operativos?<br>¿Tiene determinado el costo de Inversión? |

|                                                                 |                       |                         |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rentabilidad del restaurante de bolones de altanerías del chino | Evaluación financiera | Indicadores Financieros | Cuantitativo | <p>¿Define el costo de venta del producto?</p> <p>¿Conoce cuál es la tasa de retorno de su inversión?</p> <p>¿Mantiene cuentas por pagar?</p> <p>¿Tiene cuentas por cobrar?</p> <p>¿Cuál es el total de su patrimonio?</p> <p>¿Ha definido un margen de utilidad en el costo de sus productos?</p> |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

## 2.3 Enfoque Cualitativo

## 2.4 Matriz Categorical

**Tabla 3**

*Tabla 3. Categorización de variables*

| Categorías                                                      | Unidades económicas |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------|
| Rentabilidad del restaurante de bolones de altanerías del chino | Ingresos            |
|                                                                 | Gastos              |
|                                                                 | Costos              |

## 2.5 Métodos

Para la presente investigación se tomó como método el deductivo, el cual se establece por una realidad para poder llegar a obtener conclusiones particulares, es decir que va de lo general a lo particular (Arrieta, 2019). Este permitió conocer de una manera más detallada la situación económica del negocio.

## 2.6 Población y muestra

Para López (2004) la muestra es el subconjunto o parte de la población que se llevará a cabo la investigación, aplicando dichos procedimientos obteniendo la cantidad de la muestra con fórmulas, la cual es una parte representativa de la población, también es importante saber el tamaño de la muestra indicando el número de personas a encuestar y entrevistar.

El estudio investigativo se desarrolló en el restaurante altanerías del chino; dentro del

análisis de rentabilidad se ha establecido el efectuar un diagnóstico de la situación actual de la microempresa, por lo que se tomó una pequeña muestra de 100 personas que visiten el local para obtener información que ayuden a la determinación de la demanda satisfecha.

Por otra parte, se levantó información financiera que permita la aplicación de los indicadores de rentabilidad, para lo cual se contactó al representante legal del negocio y la persona encargada de reportar las actividades tributarias; adicionalmente, para obtener información referente a la situación interna del emprendimiento se incluyó como parte de la muestra a los empleados del negocio.

## **2.7 Técnicas e instrumentos**

Rodríguez (2008) nos da su opinión sobre las técnicas de investigación y señala que son medios empleados para recoger información, entre ellas están la observación, entrevistas, encuestas. Para la presente investigación fue necesario aplicar como técnica la encuesta, la entrevista y observación ya que esto nos permitió obtener una mayor información de datos para sus análisis con el fin de determinar la rentabilidad del negocio de restaurante de bolones de altanerías del chino.

**Encuesta:** Nos permitió recolectar información necesaria a través de un cuestionario de preguntas, las cuales deben ser claras, se aplicó como instrumento un cuestionario de 12 preguntas a 100 personas que visitaron el local comercial.

**Observación:** Nos permitió dar a conocer la rentabilidad del negocio para conseguir sus gastos e ingresos, la observación se aplicó a la revisión de información tributaria y contable.

**Entrevista:** Se realizó a los propietarios del negocio, para así obtener como se contabiliza los costos, gastos del negocio y otros datos que faciliten el diagnóstico y la aplicación de indicadores.

## **2.8Análisis de datos**

Para el análisis de datos de la presente investigación se utilizó la herramienta de Microsoft Excel para tabular los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas, teniendo como apoyo la proyección de gráficos estadísticos para una mayor comprensión de los resultados del estudio, así como la aplicación de los indicadores de rentabilidad.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Para la elaboración de la presente investigación se realizó una entrevista al gerente/administrador del restaurante de bolones Altanerías del Chino y cien encuestas realizadas a los clientes de dicho restaurante que consumen sus productos, por lo que a continuación se especificará la presentación de los resultados con sus respectivos análisis.

#### **3.1 Situación actual del restaurante de Bolones de Altanerías del chino**

##### **3.1.1 Entrevista al administrador del Restaurante de Bolones de Altanerías del chino**

*Para la resolución de este subtema se realizó una entrevista al gerente del restaurante bolones Altanerías del Chino el cual será asignado como A1.*

##### **a) Productos que oferta en el mercado.**

*De acuerdo a lo expuesto en la entrevista al administrador de Altanerías del Chino nos dio a conocer que su restaurante cuenta con algunos productos como lo son: Bolón de queso, bolón chancho, bolón mixto, bolón de maduro asado y tigrillos.*

##### **b) Medios para dar a conocer sus productos**

*Los productos nombrados anteriormente por A1 son dados a conocer a la ciudadanía esmeraldeña a través de las redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp y a través de su página web.*

##### **c) Personal de atención en Altanerías del chino.**

*De acuerdo a lo señalo por A1, el personal del restaurante de Altanerías del Chino está conformado por 2 colaboradores, el cual uno de ellos desempeñan su labor en la preparación del producto y la otra persona encargada de la atención del cliente.*

### 3.1.2 Encuestas a los clientes del Restaurante Altanerías del Chino.

#### a) Frecuencia de los clientes frente al consumo de productos del Restaurante Altanerías del Chino.

De los 100 encuestados, conforme a las respuestas se pudo evidenciar que la mayoría de los clientes han visitado el restaurante de bolones Altanerías del Chino, así que la mayoría de ellos nos dieron a conocer con qué frecuencia y cantidad consumen sus productos, lo cual hacen de una manera mensual con un 39%, realizando sus pedidos de tres a cuatro veces mensuales, por lo que también una parte de ellos con el 26% lo realiza de manera semanal, de una a dos veces por semana, siguiéndole un 17% quincenal de tres veces y una mínima de clientes que consume sus productos de manera diaria con un 18%. Ver figura 1.

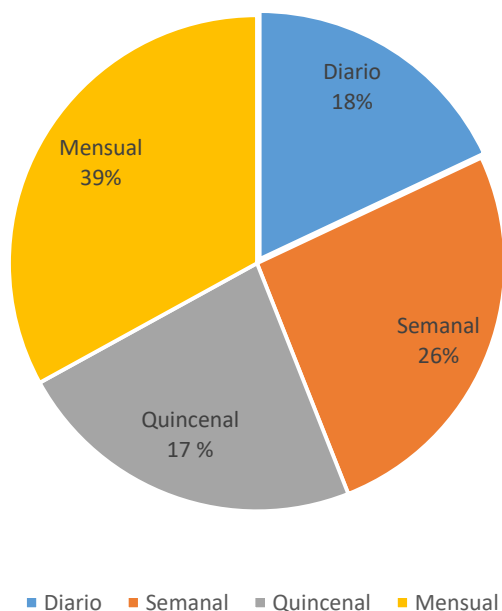


Figura 1. Frecuencia de los clientes frente al consumo de productos del Restaurante Altanerías del Chino

Cabe recalcar que los clientes hacen sus consumos de los productos a través de servicios a domicilio, como lo es en aplicaciones, la gran parte de ellos con un 89% realizan sus

pedidos a través de servicios puerta a puerta, mientras que la parte restante no lo hacen, por lo que van personalmente a servirse de los productos del restaurante Altanerías del Chino.

**b) Percepción de los clientes a los productos del restaurante de bolones Altanerías del Chino.**

Se pudo determinar que los clientes consideran que el restaurante Altanerías del Chino tiene una buena oferta y variedad en sus productos reflejándose con un 94% y una parte mínima restante no consideran eso. Ver figura 2.

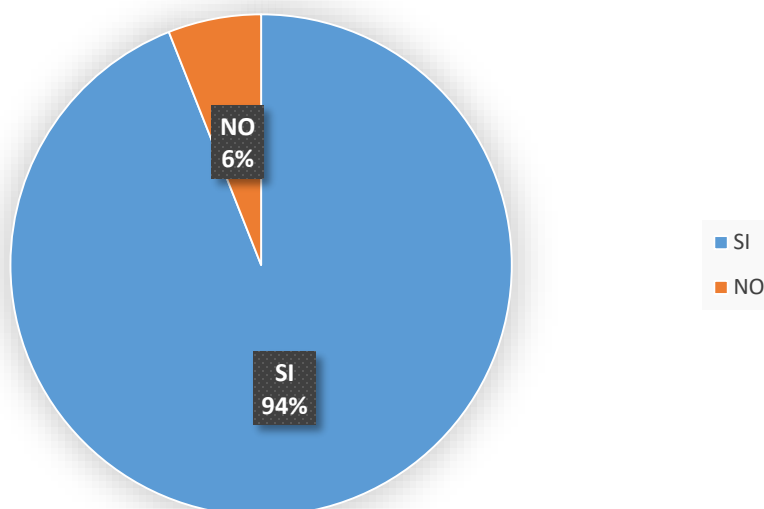


*Figura 2. Percepción de los clientes a los productos del Restaurante de bolones Altanerías del Chino*

Por otro lado, una parte mínima los clientes manifestaron que el punto de cocción y el sabor de los productos no tienen un sabor agradable, por motivos de pasado de cocción y de sal pero, sin embargo la mayor parte de ellos con el 96% manifestaron que si están de acuerdo con el sabor de los productos, así mismo con el propósito de conocer se les pregunto si recomendarían los productos de Altanerías del Chino a sus amigos, familiares, compañeros, se pudo demostrar que el 4% de los clientes manifestaron que no recomendarían los productos, por razones que no tuvieron una buena experiencia, no tienen nada de diferente a un valor agregado, mientras que la parte restante con el 96% respondieron que si recomendarían dichos productos. Ver figura 3.

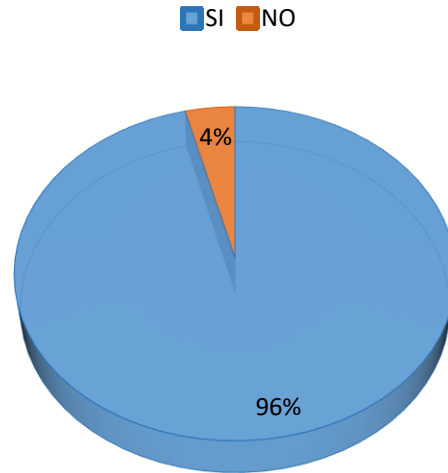


*Figura 3. Percepción de los clientes a los productos del Restaurante de bolones Altanerías del Chino*

### c) Medios de publicidad.

En la recolección de información, también se determinó que el 69% de los clientes manifestaron que conocieron los productos de Altanerías del Chino por medio de recomendaciones de amigos, familiares, el 25% por redes sociales y un mínimo del 6% a través de su sitio web. Ver figura 4.

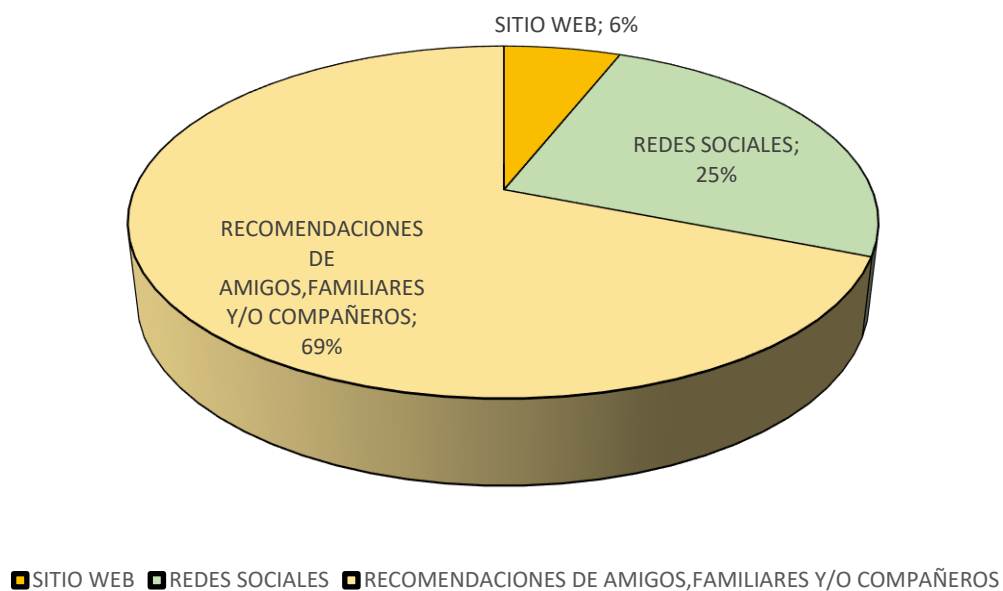


*Figura 4. Medios de publicidad.*

Pero a la medida de que conocieron el restaurante de bolones Altanerías del Chino a través de recomendaciones, la mayoría de ellos con el 70% de los clientes siguen sus redes sociales, mientras que el 30% que no lo hacen.

**d) Horario de atención por parte del restaurante de bolones Altanerías del chino.**

A más de tener conocimiento de la percepción de los productos, la frecuencia con la que consumen en altanerías del chino, se requirió preguntarles a los clientes que si ¿Considera que el horario de atención de dicho restaurante es el adecuado para prestar un buen servicio hacia la ciudadanía esmeraldeña? .Se pudo demostrar que el 51% de los encuestados están de acuerdo con el horario de atención del restaurante Altanerías del Chino, mientras la otra parte con el 49% respondieron que no lo están manifestando que su horario de atención sea de noche también. Ver figura 5.

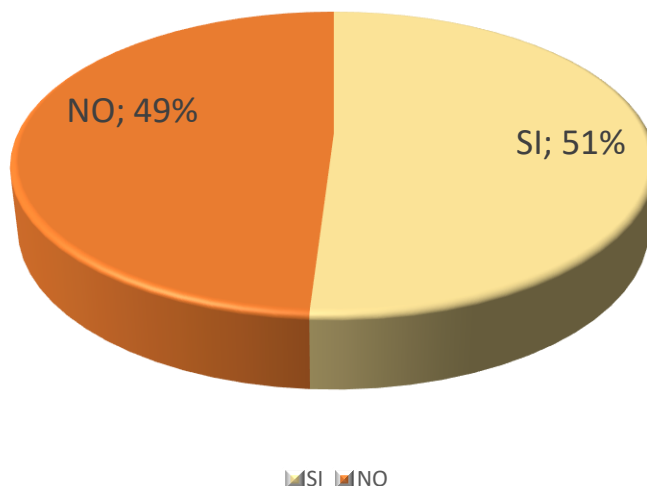


*Figura 5. Horario de atención por parte del restaurante de bolones Altanerías del chino.*

**e) Precios en los productos en el restaurante de bolones Altanerías del chino.**

Dentro de la encuesta se consultó a los clientes que si Considera que los precios de los productos del restaurante de Bolones Altanerías del Chino están al alcance de la ciudadanía esmeraldeña? , evidenciándose que la gran parte de ellos con el 86% si están de acuerdo con los precios de los productos del restaurante Altanerías del Chino manifestando que si están al alcance de ellos, mientras que el 14% respondieron que no lo están.

#### d) Mejora en su servicio

Para conocer de una manera más detallada y para la mejora de sus productos se les pregunto ¿Que si les gustaría que el restaurante de Bolones Altanerías del Chino mejore el servicio en algunos aspectos? ¿En cuáles? .Ver figura 6.

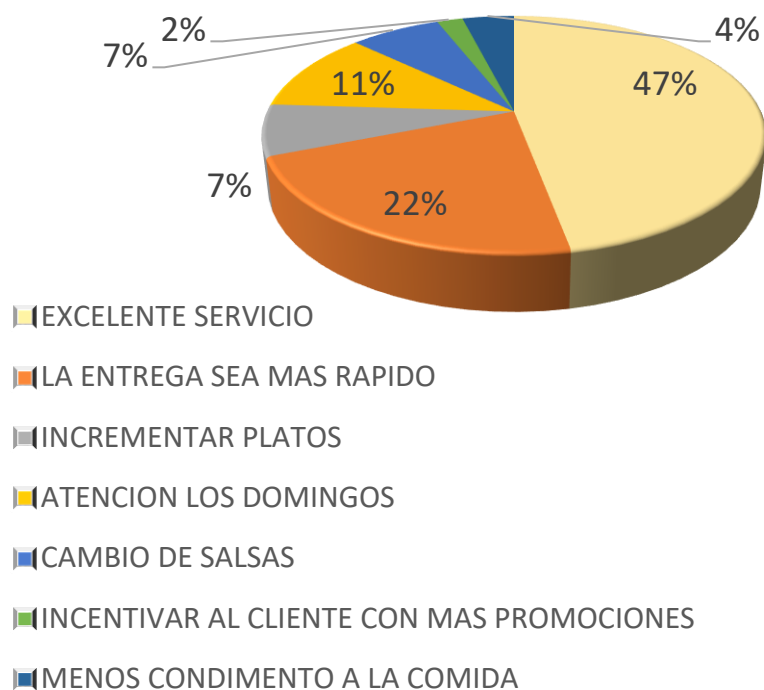


Figura 6. Mejora en su servicio

Se puede evidenciar con un mayor porcentaje que el 47% de ellos respondió que se tiene un excelente servicio, siguiéndole a ello con el 22% que la entrega del producto sea más rápido, mientras el 11% revelaron que su atención también sean los días domingo, atribuyéndole a ello con el 7% ellos dijeron que es necesario incrementar nuevos platos, el 2% de los clientes manifestaron que se le dé menos condimento a la comida por último punto con el 7% cambiar las salsas por otras.

### 3.2 Identificación de ingresos y gastos que incurre en el restaurante de bolones de Altanerías del Chino.

#### 3.2.1.1 Entrevista al administrador del restaurante de bolones de Altanerías del Chino

##### a) Costo de venta previo

Conforme a los resultados de la entrevista A1, nos manifestó que el estableció un costo de venta previo a la hora determinar el precio de venta al público que realizó un respectivo presupuesto a la hora de lanzar sus productos logrando que estén al alcance de los clientes y estén relacionados a los demás locales.

##### b) Gastos producción/Gastos operativos

Aproximadamente el administrador de altanerías del chino tiene con gasto de producción de \$200 mensuales lo que tiene que ver con su materia prima y aparte el sueldo de sus colaboradores, controla sus gastos operativos a través de un registró diario de sus gastos como lo son de personal, administrativo y producción. Recalcando que también lleva un registró diario de sus ingresos.

Tabla 4. Resumen de ventas

| PLATOS                       | PROMEDIO<br>DIARIO | CANTIDAD<br>MENSUAL | PRECIO<br>VENTA<br>UNITARIO | COSTO<br>UNITARIO | TOTAL<br>VENTA<br>MENSUAL | TOTAL<br>COSTO<br>MENSUAL | TOTAL<br>VENTAS<br>ANUAL | TOTAL<br>COSTO<br>ANUAL |
|------------------------------|--------------------|---------------------|-----------------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------------|
| <b>BOLONES</b>               |                    |                     |                             |                   |                           |                           |                          |                         |
| <b>Bolón de queso</b>        | 6                  | \$144,00            | \$3,00                      | \$1,25            | \$432,00                  | \$180,25                  | \$5.184,00               | \$2.163,02              |
| <b>Bolón de chanco</b>       | 10                 | \$240,00            | \$3,50                      | \$1,88            | \$840,00                  | \$451,32                  | \$10.080,00              | \$5.415,84              |
| <b>Bolón mixto</b>           | 5                  | \$120,00            | \$4,00                      | \$1,94            | \$480,00                  | \$232,71                  | \$5.760,00               | \$2.792,52              |
| <b>Bolón de maduro asado</b> | 5                  | \$120,00            | \$3,50                      | \$1,44            | \$420,00                  | \$173,10                  | \$5.040,00               | \$2.077,20              |
| <b>TIGRILLOS</b>             |                    |                     |                             |                   |                           |                           | \$0,00                   | \$0,00                  |
| <b>Tigrillo sencillo</b>     | 5                  | \$120,00            | \$3,50                      | \$2,02            | \$420,00                  | \$242,46                  | \$5.040,00               | \$2.909,52              |
| <b>Tigrillo completo</b>     | 4                  | \$96,00             | \$6,00                      | \$2,88            | \$576,00                  | \$276,53                  | \$6.912,00               | \$3.318,34              |
| <b>BEBIDAS</b>               |                    |                     |                             |                   |                           |                           | \$0,00                   | \$0,00                  |
| <b>Aguas</b>                 | 6                  | \$144,00            | \$0,50                      | \$0,25            | \$72,00                   | \$36,00                   | \$864,00                 | \$432,00                |
| <b>Gaseosas personales</b>   | 10                 | \$240,00            | \$0,75                      | \$0,30            | \$180,00                  | \$72,00                   | \$2.160,00               | \$864,00                |
| <b>Gaseosas 1 lt</b>         | 8                  | \$192,00            | \$1,75                      | \$1,00            | \$336,00                  | \$192,00                  | \$4.032,00               | \$2.304,00              |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>59</b>          | <b>\$1.416,00</b>   | <b>\$26,50</b>              | <b>\$12,97</b>    | <b>\$3.756,00</b>         | <b>\$1.856,37</b>         | <b>\$45.072,00</b>       | <b>\$22.276,44</b>      |

Tabla 5. Gastos Operativos

| GASTOS                        | MENSUAL        | ANUAL            |
|-------------------------------|----------------|------------------|
| Sueldos                       | 990,83         | 11890            |
| Energía eléctrica             | 8              | 96               |
| Agua                          | 5              | 60               |
| Internet                      | 10             | 120              |
| Suministros de limpieza       | 5              | 60               |
| Depreciación de activos fijos | 140,15         | 1681,8           |
| Aporte patronal               | 120,38625      | 1444,635         |
| Décimo tercer sueldo          | 71,17          | 854              |
| Décimo cuarto sueldo          | 65,67          | 788              |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>1416,20</b> | <b>16994,435</b> |

Fuente: Administrador de Altanerías del Chino.

**c) Cuentas por cobrar/ cuentas por pagar**

Para conocer detalladamente A1 nos manifestó que una de sus políticas establecidas es de no tener ninguna cuenta por cobrar con ningún cliente, pero que si contaba con cuentas por pagar a corto plazo con los proveedores de la materia prima que les promueven.

**d) Patrimonio**

El administrador de altanerías del chino nos dio a conocer que tiene un patrimonio \$3000.

**e) Tasa de retorno de Inversión /Margen de utilidad**

Haciéndole como ultimas interrogantes A1 que si conocía la tasa de retorno de inversión y si en algún momento ha definido su margen de utilidad en sus productos nos respondió que no, no tenía el conocimiento de ello.

### 3.3 Impacto de rentabilidad mediante indicadores financieros.

#### a) Estado de Situación Financiera

Se realizó un estado de situación inicial para dar a conocer el inicio de sus operaciones del restaurante bolones Altanerías del Chino; determinando sus activos, pasivos y su patrimonio, como se detalla a continuación:

| ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA                   |             |                                            |             |
|--------------------------------------------------|-------------|--------------------------------------------|-------------|
| ALTANERIAS DEL CHINO                             |             |                                            |             |
| AL 31 DE DICIEMBRE 2019                          |             |                                            |             |
| ACTIVOS                                          |             | PASIVO                                     |             |
| ACTIVOS CORRIENTES                               |             | PASIVO CORRIENTE                           |             |
| EFECTIVO Y EQUIVALENTE EN EFECTIVO               |             | CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR             |             |
| Caja                                             | \$ 150,00   | Cuentas y documentos por pagar proveedores | \$ 184,07   |
| Bancos                                           | \$ 525,00   | Participación trabajadores por pagar       | \$ 870,17   |
| TOTAL EFECTIVO Y EQUIVALENTE EN EFECTIVO         | \$ 675,00   | TOTAL DE PASIVOS                           | \$ 1.054,24 |
| INVENTARIOS                                      |             | PATRIMONIO                                 |             |
| Inventario de materia prima                      | \$ 125,00   | Capital                                    | \$ 500,00   |
| Suministros de herramientas                      | \$ 347,00   | Utilidad del ejercicio                     | \$ 4.930,96 |
| TOTAL INVENTARIOS                                | \$ 472,00   | TOTAL PATRIMONIO                           | \$ 5.430,96 |
| TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES                      | \$ 1.147,00 |                                            |             |
| ACTIVOS NO CORRIENTES                            |             |                                            |             |
| PROPIEDAD ,PLANTA Y EQUIPO                       |             |                                            |             |
| Maquinaria y equipo                              | \$ 1.170,00 |                                            |             |
| (-)Depreciación acumulada de maquinaria y equipo | \$ 105,30   |                                            |             |
| Muebles y enseres                                | \$ 850,00   |                                            |             |
| (-)Depreciación acumulada de muebles y enseres   | \$ 76,50    |                                            |             |
| Vehículos                                        | \$ 5.000,00 |                                            |             |
| (-)Depreciación acumulada de vehículos           | \$ 1.500,00 |                                            |             |
| TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES                   | \$ 5.338,20 |                                            |             |
| TOTAL DE ACTIVOS                                 | \$ 6.485,20 | PASIVO+PATRIMONIO                          | \$ 6.485,20 |

## b) Estado de Resultado

A través de este estado de resultado permitió demostrar si el restaurante bolones Altanerías del Chino, tendrá pérdidas o ganancias, como se detallará a continuación:

| <b>ALTANERÍAS DEL CHINO</b>          |           |                  |
|--------------------------------------|-----------|------------------|
| <b>ESTADO DE RESULTADO</b>           |           |                  |
| <b>AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019</b>   |           |                  |
| <b>(+)INGRESOS</b>                   |           |                  |
| Ventas                               | \$        | 45.072,00        |
| (-)Costo de ventas                   | \$        | 22.276,44        |
| <b>(=) UTILIDAD BRUTAS EN VENTAS</b> | <b>\$</b> | <b>22.795,56</b> |
| <b>(-) GASTOS OPERATIVOS</b>         |           |                  |
| Sueldos                              | \$        | 11.890,00        |
|                                      | \$        |                  |
| Energía eléctrica                    | 96,00     |                  |
|                                      | \$        |                  |
| Agua                                 | 60,00     |                  |
|                                      | \$        |                  |
| Internet                             | 120,00    |                  |
|                                      | \$        |                  |
| Suministros de limpieza              | 60,00     |                  |
| Depreciación de activos fijos        | \$        | 1.681,80         |
| Aporte patronal                      | \$        | 1.444,64         |
|                                      | \$        |                  |
| Décimo tercer sueldo                 | 854,00    |                  |
|                                      | \$        |                  |
| Décimo cuarto sueldo                 | 788,00    |                  |
| <b>(=) TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>   | <b>\$</b> | <b>16.994,44</b> |
| <b>UTILIDAD ANTES DE PT</b>          | <b>\$</b> | <b>5.801,13</b>  |
|                                      | \$        |                  |
| Participación de Trabajadores 15%    | 870,17    |                  |
| <b>(=)UTILIDAD NETA</b>              | <b>\$</b> | <b>4.930,96</b>  |

### c) Indicadores Financieros

La aplicación efectiva de los indicadores financieros permitirá obtener un diagnóstico detallado de la situación económica y financiera del Restaurante de Altanerías del Chino, para el logro de los resultados planteados del mismo que ayudará de esa manera poder tomar decisiones para implementar medidas financieras.

| CAPITAL DE TRABAJO                |         | ANÁLISIS |
|-----------------------------------|---------|----------|
| FORMULA                           | 2019    |          |
| Activo Corriente-Pasivo Corriente | \$92,96 |          |

De acuerdo al resultado que muestra este indicador, se puede evidenciar que las deudas a corto plazo de la empresa están financiadas en su totalidad por recursos no corrientes, es decir que si se cancelan las obligaciones a corto plazo, la empresa cuenta con 92,96 dólares para seguir operando.

| INDICADOR DE LIQUIDEZ<br>(RAZÓN CORRIENTE) |            | ANÁLISIS |
|--------------------------------------------|------------|----------|
| FORMULA                                    | 2019       |          |
| Activo Corriente/Pasivo Corriente          | \$<br>1,09 |          |

Por medio de este indicador, se puede observar que por cada dólar que la empresa adeuda a sus proveedores y colaboradores, cuenta con 1,09 ctv para cubrirlos.

| Prueba Acida                                                 |            | ANÁLISIS |
|--------------------------------------------------------------|------------|----------|
| FORMULA                                                      | 2019       |          |
| ( Activo<br>circulante-Inventario)/(Pasivos<br>circulantes ) | \$<br>0,64 |          |

Con este indicador se puede observar que sin tomar en cuenta los inventarios que son los activos a corto plazo de menor liquidez, la empresa realmente cuenta con apenas 0,64 ctvs. De efectivo para cubrir cada dólar de sus deudas. Lo cual significa que no se cuenta con el dinero suficiente para saldar las deudas a corto plazo.

| <b>MARGEN BRUTO</b>                  |             | <b>ANÁLISIS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FORMULA</b>                       | <b>2019</b> | <p>Teniendo en cuenta que por medio de este indicador se conoce el nivel de rentabilidad de la producción, se pudo evidenciar que por cada dólar que la empresa vende, le queda 0,51 cvt como ganancia bruta sin descontar los gastos operativos e impuestos. Con esto se puede concluir que se están administrando correctamente los costos de venta y que los precios sí ayudan a generar ganancia.</p> |
| <b>Ventas-Coste de Ventas/Ventas</b> | \$<br>0,51  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

| <b>MARGEN NETO</b>           |             | <b>ANÁLISIS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FORMULA</b>               | <b>2019</b> | <p>Por otro lado, al calcular el margen neto, se pudo conocer que la verdadera rentabilidad que le queda a la empresa luego de deducir todos sus costos y gastos es de 0,11 centavos por cada dólar vendido, por lo que se podría considerar prestar atención en disminuir los gastos operativos.</p> |
| <b>Beneficio neto/Ventas</b> | \$<br>0,11  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

| <b>MARGEN Operacional</b>                          |             | <b>ANÁLISIS</b>                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FORMULA</b>                                     | <b>2019</b> | <p>Este indicador se conoce la rentabilidad de la inversión, lo cual permitió conocer que por cada dólar que la empresa ha invertido, le retornan 0,89 ctvs. de ganancia.</p> |
| <b>Utilidad antes de impuesto/Total de Activos</b> | \$<br>0,89  |                                                                                                                                                                               |

| <b>Índices de Estabilidad</b>                      |             | <b>ANÁLISIS</b>                                                                           |
|----------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FORMULA</b>                                     | <b>2019</b> | <p>Con este indicador se puede afirmar que la empresa se encuentra estable en un 98%.</p> |
| <b>Activo Fijo/Patrimonio+ Pasivo no corriente</b> | \$<br>0,98  |                                                                                           |

## CAPÍTULO IV

### 4 Discusión

Hoy en día, iniciar un negocio es una de las alternativas más elegidas por las personas a la hora de generar ingresos, si bien es cierto en el país existe un sin número de emprendimientos de diferentes tipos, entre ellos los que ofrecen alimentos preparados. Estos vienen funcionando sin conocer cuál es su verdadera ganancia; esta premisa se corroboró en la ejecución de la presente investigación donde se evidenció que desde la implementación del Restaurante de Bolones Altanerías del Chino sus propietarios no tienen definido el costo de inversión y no han establecido su margen de utilidad en sus productos por desconocimiento sobre herramientas de administración financiera; una de ellas es el uso de presupuestos operativos que aporta a estos pequeños negocios instrumentos para la reducción de costos y aumento de rentabilidad, información que concuerda con el estudio de Monzón (2017) donde se concluyó que la implementación de un presupuesto operativo este disminuirá o eliminará las pérdidas económicas, incrementando su rentabilidad en un 5.88% a 11.60% con una variación del 5.72%; otro estudio que concuerda con los resultados obtenidos es el de Núñez (2018) que concluyó el restaurante el sabor de mi tierra no conocen exactamente el costo real de sus materias primas, mano de obra directa, costos indirecto de fabricación, gastos administrativos por motivos de no implementar un sistema de costos.

Por otro lado, en lo que concierne a los ingresos y gastos, siendo éstos los rubros que permiten conocer el resultado económico de todo negocio, dado que en el art 19 de la Ley Orgánica de Régimen Interno (LORTI) expresa la importancia para toda empresa llevar contabilidad mediante el registro de las transacciones ya que de esta forma se logra categorizar a los emprendimientos para que tributen acorde a su situación económica; con base a lo recabado se pudo conocer que el Restaurante de Bolones Altanerías del Chino a pesar de llevar un registro diario de sus ventas, desconocía del margen de utilidad que dejan sus productos porque no tenían una visión clara de todos los gastos en los que incurre el negocio y los precios de ventas eran fijados en relación a los de la competencia, información que guarda similitud a la de Núñez (2018) quien en su estudio para implementar un sistema de costos en un restaurante dio como resultado que el motivo por el

cual no se aplicaba un verdadero costeo era la falta de conocimientos o asesoría financiera y por lo tanto desconocían de la rentabilidad.

Una de las mayores fuentes de mejora para incrementar la rentabilidad es conocer las tendencias de la demanda, es por ello que al indagar la frecuencia en el consumo de los productos, los resultados mostraron que el 39% de los clientes adquieren de tres a cuatro veces al mes especialmente los fines de semana, mientras que el 18% degustan de manera diaria, resultados que guardan relación a los expuestos por Montalván (2019) quien luego de realizar el análisis de la demanda para su restaurante pudo conocer que el 42% de los encuestados acudirán los fines de semana y el 22% lo visitará todos los días, demostrando con ello que la mayoría de personas optan por comer este tipo de alimentos fuera de sus casas desde el viernes; adicionalmente esta concordancia nos permite inferir que el mercado alimenticio de nuestra ciudad es una oportunidad de permanencia y crecimiento en el sector empresarial, lo que asegura que este tipo de negocios mantiene permanentemente un segmento de mercado por satisfacer.

En cuanto a la percepción de los clientes, la mayoría manifestó que lo prefieren por sus ofertas, buen sabor y variedad de platos, resultados que difieren con los de Guamaní (2017) en donde indica que los consumidores a la hora de elegir un restaurante a más del buen sabor y precio, buscan alimentos bajos en calorías que contribuyan a cuidar su salud. Demostrando con ello, que los hábitos alimenticios de las personas influyen a la hora de comer alimentos en restaurantes.

Así mismo, los resultados dieron a conocer que la mayor parte de los clientes han consumido los productos por las recomendaciones dadas de amigos y familiares, sin embargo, de acuerdo a lo investigado por Montalván (2019) las personas en su mayoría indicaron que las redes sociales son actualmente el medio más usados para enterarse de las productos; lo cual demuestra que a pesar de las distintas facilidades de ventas que ofrece el internet, no hay que dejar de lado la importancia de mantener la clientela mediante la buena preparación y sabor de los platos, la excelente atención y un ambiente acogedor para que los clientes se fidelicen y continúen recomendando el restaurante, estos atenuantes que hacen que sea efectiva la publicidad boca a boca es el resultado del control de calidad de los productos lo que crea una ventaja competitiva en el mercado ya que como lo concluyó

Pérez (2016) hay un sin número de lugares gastronómicos que no cuentan con un control de calidad en la elaboración de sus productos, como una mala manipulación de los alimentos y una pésima administración lo cual conociendo estos factores le permiten a la investigación convertir una ventaja , para poner mucho más énfasis en dichos puntos.

Al realizar el análisis de los indicadores de rentabilidad, finalmente se pudo conocer que el Restaurante de Bolones Altanerías del Chino ha venido administrando correctamente sus costos y precios, lo cual ha da como resultado un buen margen de la producción; sin embargo, luego de deducir sus gastos operativos tales como sueldos, servicios básicos y depreciaciones la rentabilidad se redujo en gran medida por lo que se podría considerar prestar atención en buscar estrategias para incrementar los ingresos, puesto que esto demostraría que los niveles de producción en relación a los gastos no están permitiendo alcanzar los niveles óptimos de rentabilidad para el crecimiento del negocio; resultados que difieren con los de Monzón (2017) quien en su estudio para conocer la rentabilidad del restaurante Campestre don Isaac demostró que éste ha presentado pérdidas durante sus últimos años por motivos de productos vencidos, excedentes de colaboradores y la preparación excesiva de platos lo cual ha sido causante de negatividad en sus ganancias. Información con la que también coincidió Jácome (2015) que determinó en su estudio que los procesos son utilizados inadecuadamnete por el desconocimiento de los objetivos por parte de los colaboradores ignorando sus tareas específicas.

## **CAPÍTULO V**

### **5. Conclusiones y Recomendaciones**

#### **5.1 Conclusiones**

- Se puede evidenciar que la situación actual del restaurante de bolones Altanerías del Chino, el administrador no tiene conocimiento del costo de inversión de su negocio y por ende no tienen determinado su margen de utilidad en sus productos, por el desconocimiento del manejo de procesos de su administración financiera.
- Por lo expuesto, se puede recalcar que el administrador del restaurante de bolones altanerías del Chino, lleva un registro diario de sus ventas las que actualmente ascienden a un valor de 45.072,00 anual y al no tener una visión clara en su margen de utilidad no tenía un valor real de sus gastos ya que los fijaba en base a su competencia.
- Finalmente se concluye a través de los indicadores de rentabilidad aplicados en el restaurante de bolones Altanerías del Chino, si ha tenido una buena administración en cuánto a su buen margen de producción, pero al observar sus gastos operativos su rentabilidad se disminuyó en gran medida, lo que no permite lograr niveles óptimos de rentabilidad para el crecimiento del restaurante.

## **5.2 Recomendaciones**

- Se recomienda que el administrador del restaurante de bolones Altanerías del Chino, busque una asesoría financiera que le ayude a tener un conocimiento de los procesos de su administración en cuanto a su negocio.
- El administrador del restaurante deberá llevar un registro de manera detallado en cuanto a sus gastos que realmente incurren en su local, y no dejarse llevar por los precios de la competencia y así obtener un registro real que ayude de esa manera generar una buena rentabilidad.
- En base a la aplicación de los indicadores financieros se recomienda que deben de tener un mayor control en sus gastos operativo, revisando cual debería de optimizar para así lograr una mayor rentabilidad para el desarrollo del negocio.

## 5. Bibliografía

Acosta, J.(2017). Análisis Financiero. Obtenido de:  
<https://lballesterosanalisisfinanciero.wordpress.com/2017/02/16/3-1-clases-de-analisis>

Alvarado, J y Reyes, J. (2014). Contabilidad para emprendedores. Obtenido de:  
<https://books.google.com.ec/books?id=x-DhBAAQBAJ&pg=PR11&dq=contabilidad+en+los+negocios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj5zo6H8LLmAhUsw1kKHVXjACk4MhDoAQhHMAU#v=onepage&q=contabilidad%20en%20los%20negocios&f=false>

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, (2017). Normativa Sanitaria para control de Suplementos Alimenticios. Recuperado de:  
[https://www.controlsanitario.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/02/Resoluci%C3%B3n\\_A\\_RCSA-DE-028-2016- YMIH\\_NTS\\_SUPLEMENTOS\\_ALIMENTICIOS.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/02/Resoluci%C3%B3n_A_RCSA-DE-028-2016- YMIH_NTS_SUPLEMENTOS_ALIMENTICIOS.pdf)

Aguirre, J; Prieto, M; Escamilla, J. (1997). Contabilidad de costos, gestión y control presupuestario, control de gestión, la función del controller. Tomo II. Cultural de Ediciones, S.A. España. 320 pp

Alberca J; Rodríguez G, (2012). Incremento de Rentabilidad en la empresa “El Carrete”. Obtenido de: <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/KAREN/T-UCE-0005-140.pdf>

Correa, P. (2011). Proyecto de inversión para la creación de un restaurante de comida mexicana en el sector norte de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1288/1/TESIS%20PAOLA%20CORREA.pdf>

Constitución de la República del Ecuador, (2008). Constitución de la República del Ecuador. Obtenido de: [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Debitoor, (2019). Estados Financieros. Obtenido de:  
<https://debitoor.es/glosario/definicion-estados-financieros>

Decenzo, D (2002). Fundamentos de administración. Obtenido de:  
<https://books.google.com.ec/books?id=yly3Ak0GLyC&pg=PA5&dq=administracion+eficaz+y+eficiente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjNiMnGurrmAhVkzlkKHT6KDHAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=administracion%20eficaz%20y%20eficiente&f=false>

El comercio. (2015). El emprendimiento .Obtenido de:  
<https://www.elcomercio.com/opinion/emprendimiento-opinion-empresarios-riqueza-empresas.html?fbclid=IwAR3rPtZ5gG6lSozxmFqQUMw-5duZKP-GLeoR8u9HuuwiJlSV5rdzHykLriI#.XdbSoq8kk60.whatsapp>

Ecuador. Registro Oficial 449. Obtenido de:  
[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Helmut, (2019). Razón Circulante: Análisis, como se calcula y ejemplos. Obtenido de:  
<https://www.lifeder.com/razon-circulante/>

Franco, G; Serrano, R; García, S. (2015). Simulación Financiera con delta Simul-e. Obtenido de:  
<https://books.google.com.ec/books?id=eRe5BgAAQBAJ&pg=PA59&dq=ingresos+financieros&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjv0-WIs7rmAhVLj1kKHeZeDXkQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>

Klinger, A. (2019). ¿Qué es la rentabilidad y como se calcula? Obtenido de:  
<https://www.crecenegocios.com/rentabilidad/>

La hora, (2011). Ahora somos 530 mil 972. Obtenido de:  
<https://lahora.com.ec/noticia/1101199534/ahora-somos-530-mil-972>

LORTI, (2014). Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Obtenido de:  
<http://ftp.eeq.com.ec/upload/informacionPublica/2014/LEY%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf>

Morales, F.(2017). Indicadores de Estabilidad. Obtenido de:  
[file:///C:/Users/hp/Downloads/1233-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4012-1-10-20120723%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/1233-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4012-1-10-20120723%20(2).pdf)

Montalván, E. (2019). Estudio de factibilidad para la creación del restaurante temático El fogón de la papa”. Obtenido de:  
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1860/1/MONTALVAN%20BOWEN%20MARIA%20ESTEFANIA.pdf>

Kiyosaki, R.(2016): Padre rico Padre pobre. Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?id=mGzTBQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=padre+rico+parade+pobre&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjngumtjdTmAhWj1VvKHSggC1YQ6AEILjAB#v=onepage&q&f=false>

Pascual, N. (2019). Principales elementos del plan de marketing de una empresa. Obtenido de: <http://blog.aventaja.com/principales-elementos-del-plan-de-marketing-de-una-empresa>

Pozos, D. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. Obtenido de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810/9526>

Sánchez, J. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. (Http://www.5campus.com/leccion/anarenta). Consulta: diciembre 9 del 2019. 10:00 a.m.

Salas, T. (2016). Solidez financiera. Obtenido de: <https://www.coursehero.com/file/p853kk/MBA-SOLIDEZ-FINANCIERA-CONSISTE-EN-CONFRONTAR-LOS-GRADOS-DE-LIQUIDEZ-DE-LOS/>

Suttle, R. (2018). ¿Cuáles son los gastos de una empresa? Obtenido de: <https://pyme.lavoztx.com/cules-son-los-gastos-de-una-empresa-9751.html?fbclid=IwAR2TGK7o8TlbjQjXZfy4rmAiWrUKenEBup8nhoiuMiWMk2oxTXqEivNT5dU>

García, J. (2016). Contabilidad General. Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?id=4uAlDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=contabilidad+general&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwik-L7sjbHmAhUkvlkKHTFeCNEQ6AEIMDAB#v=onepage&q=contabilidad%20general&f=false>

García, G. (2018). Analiza el ratio de estabilidad y busca un equilibrio entre inversión y financiación. Obtenido de: <https://hablemosdeempresas.com/pymes/ratio-estabilidad/>

Gracia, D. (2015). Propuesta de un plan de negocios para emprendedores. Obtenido de: [https://www.academia.edu/16672881/TESIS\\_PROPUESTA\\_DE\\_UN\\_PLAN\\_DE\\_NEGOCIOS\\_PARA\\_EMPRENDEDORES](https://www.academia.edu/16672881/TESIS_PROPUESTA_DE_UN_PLAN_DE_NEGOCIOS_PARA_EMPRENDEDORES)

Gitman, L. (1997) Fundamentos de administración financiera. Editorial OUP Harla México,

S.A. México. 1077 pp.

Vásquez, R y Bongianino, C. (2008). Principios de teoría contable. Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?id=EM437XxnrxC&printsec=frontcover&dq=contabilidad+en+los+negocios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjS1Im66rLmA4XSs1kKHT4rBIM4RhDoAQhOMAU#v=onepage&q=contabilidad%20en%20los%20negocios&f=false>

Vernia, S.(2016). Ingresos y gastos de un negocio: lo que hay que tener en cuenta para hacer provisiones realistas. Obtenido de: <https://www.iebschool.com/blog/guia-calcular-ingresos-gastos-negocio-creacion-empresas/>

Zamora, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador Revista espacio. Obtenido de: <http://revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>.

Zenteno, A. (2018). Indicadores de rentabilidad. Obtenido de: <https://www.mbsperu.com/publicaciones/articulos/finanzas/indicadores-de-rentabilidad>

# ANEXOS

**ENCUESTA A LOS CLIENTES DEL RESTAURENTE DE BOLONES  
ALTANERIAS DEL CHINO.**







**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE  
ESMERALDAS**

**ENTREVISTA**

La presente entrevista corresponde al estudio de rentabilidad del restaurante de Bolones del Altanerías del Chino, como proyecto de investigación de Tesis de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede de Esmeraldas. Con el propósito de obtener resultados para conocer la rentabilidad de dicho restaurante.

Estimado/a coménteme un poco de historia del restaurante de Bolones Altanerías del Chino

1. ¿Cuántos productos ofrece al mercado esmeraldeño?
2. ¿Qué medios utiliza para hacer conocer sus productos?
3. ¿Cuántas personas atienden diariamente?
4. ¿Estableció un costo de venta previo a la determinar el precio de venta al público?
5. ¿Conoce cuánto es el gasto promedio de la producción?
6. ¿Cómo controla los gastos operativos?
7. ¿Tiene determinado el costo de Inversión?
8. ¿Define el costo de venta del producto?
9. ¿Conoce cuál es la tasa de retorno de su inversión?
10. ¿Mantiene cuentas por pagar?
11. ¿Tiene cuentas por cobrar?

12. ¿Cuál es el total de su patrimonio?

13. ¿Ha definido un margen de utilidad en el costo de sus productos?



## **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS**

### **Encuesta**

La presente encuesta corresponde al estudio de rentabilidad del restaurante de Bolones del Altanerías del Chino, como proyecto de investigación de Tesis de la Pontifica Universidad Católica del Ecuador Sede de Esmeraldas. Con el propósito de obtener resultados para conocer la rentabilidad de dicho restaurante.

**1. ¿Ha visitado el restaurante de Bolones Altanerías del Chino en la ciudad de Esmeraldas?**

Sí  
No

**2. ¿Con qué frecuencia consume los productos de restaurante Altanerías del Chino?**

Siempre  
A veces  
Casi Nunca

**3. ¿Cuál es la cantidad aproximada de producto que adquiere por cada compra?**

Dos o menos  
Entre dos y cuatro  
Más de cuatro

**4. ¿Considera que el restaurante Altanerías del Chino tiene una oferta adecuada y variedad de productos?**

Si

No

En caso que su respuesta sea no, favor especifique el motivo\_\_\_\_\_

**5. ¿Qué opina Usted de la calidad de los productos del restaurante Altanerías del Chino?**

Buena

Regular

Puede mejorar

**6. De acuerdo a su percepción ¿El punto de cocción y sabor de los productos son el conveniente?**

Si

No

En caso que su respuesta sea no, favor especifique el motivo\_\_\_\_\_

**7. ¿Cómo conociste de los productos del restaurante Altanerías del Chino?**

Sito web

Redes sociales

Recomendaciones de amigos, familiares y/o compañeros

**8. ¿Recomendaría los productos del restaurante Altanerías del Chino a tus amigos, familiares y/o compañeros?**

Si

No

En caso que su respuesta sea no, favor especifique\_\_\_\_\_

**9. ¿Considera Usted que el horario de atención del restaurante de Bolones Altanerías del Chino es el adecuado para prestar un buen servicio hacia la ciudadanía esmeraldeña?**

Si

No

Sugerencia de horario: \_\_\_\_\_

**10. ¿Considera Ud. que los precios de los productos del restaurante de Bolones Altanerías del Chino están al alcance de la ciudadanía esmeraldeña?**

Si

No

**11. ¿Sigues las redes sociales del restaurante de Bolones Altanerías del Chino?**

Si

No

**12. ¿Utiliza aplicaciones para servirse los productos del restaurante de Bolones Altanerías del Chino en su domicilio?**

Si

No

**13. ¿Te gustaría que el restaurante de Bolones Altanerías del Chino mejore el servicio en algunos aspectos? ¿En cuáles?**

---

---







