



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ  
PROYECTO DE MODELO DE NEGOCIOS  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERA COMERCIAL**


**TÍTULO**

**Creación de un restaurante de comida gourmet con servicios agregados a  
ubicarse en la ciudad de Manta**

**AUTOR:** Angie Yulibeth Mero López

**TUTOR:** Ing. Byron Vicente de Paul Fernando Coral Almeida PhD

**Facultad de Ciencias Administrativas  
Carrera de Administración de Empresas  
MANTA – MANABÍ – ECUADOR  
2021 – 2022**

	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A)</b>	<b>CÓDIGO: PAT-01-F-010</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO</b>	<b>REVISIÓN: 2</b> Página II de 93

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de Proyecto de Modelo de negocio, bajo la autoría de la estudiante Mero López Angie Yulibeth, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2022 (1), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Modelo de negocio, cuyo tema del proyecto es **“Creación de un restaurante de comida gourmet con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 27 de Julio del 2022.

Lo certifico,



Firmado electrónicamente por:  
**BYRON VICENTE DE PAUL**  
**FERNANDO CORAL ALMEIDA**

Ing. Byron Coral. PhD.  
**Docente Tutor(a)**  
**Área:**

### **APROBACIÓN DEL TRABAJO.**

Los miembros del tribunal examinador de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación denominado: **“CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA GOURMET CON SERVICIOS AGREGADOS A UBICARSE EN LA CIUDAD DE MANTA”**, elaborado por la egresada Mero López Angie Yulibeth, el mismo que cumple con los estipulado por reglamentos y disposiciones de la Facultad de Ciencias Administrativas, en la Carrera de Administración de Empresas.

-----  
Ing. Juan Moreira Roca  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

-----  
Econ. César Alarcon Chávez  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

-----  
Ing. Carmen Bayas Zambrano  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

## **DEDICATORIA**

*Este trabajo está dedicado  
a mi familia porque me han apoyado  
durante toda mi carrera universitaria y mi vida.  
Gracias a todas las personas especiales que me Acompañaron  
en esta etapa y que contribuyeron a mi carrera y formación como persona.*

*El presente trabajo de grado va dedicado  
a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar  
de mi vida, bendiciendo y dándome fuerzas para continuar con  
mis metas trazadas sin desfallecer. Y en especial a mis padres y hermanos que,  
con apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera  
profesional.*

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a Dios por permitirme vivir y tener salud para llegar hasta donde estoy.

Merecen reconocimiento especial mi Madre y mi Padre que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible, les agradezco a ellos por siempre estar presente y por su aporte hacia mí para cumplir mis sueños.

Me gustaría agradecer en estas líneas la ayuda que muchas personas y colegas me han prestado durante el proceso de investigación y redacción de este trabajo. A mi tutor y mis docentes por el conocimiento que me impartieron y el necesario para realizar este trabajo de titulación.

## Índice de Contenido.

### Tabla de contenido

CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD .....	X
CAPÍTULO I .....	12
• 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	12
Tema.....	12
1.1 Planteamiento del problema .....	12
1.1.1 Entorno macro.....	13
1.1.2 Entorno meso.....	15
1.1.3 Entorno micro.....	15
1.1.4 formulación del Problema .....	17
1.2 Objetivo del Proyecto. ....	17
1.2.1 Objetivo general.....	17
1.2.2 Objetivo Específico. ....	17
1.3 Justificación del Proyecto.....	17
1.3.1 Justificación Teórica.....	18
1.3.2 Justificación Práctica.....	19
1.3.3 Justificación Metodológica.....	20
1.4 Delimitación del Proyecto .....	20
1.4.1 Delimitación geográfica .....	20
1.4.2 Delimitación temporal.....	21
1.4.3 Delimitación Social.....	21
1.4.4 Delimitación conceptual.....	22
CAPÍTULO II .....	22
• 2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	22
2.1 Visión.....	22
2.2 Misión .....	22
2.3 Valores Empresariales.....	23
2.4 Análisis Internos del Proyecto.....	23
CAPÍTULO III .....	24

3.	ESTUDIO DE MERCADOTECNIA.....	24
3.1	Análisis Externo.....	24
3.2	Segmento de mercado .....	25
3.2.1	Levantamiento de la información.....	26
3.2.2	Muestreo.....	26
3.2.3	Nivel de confianza (z).....	27
3.2.4	Límite aceptable de error muestral (e).....	27
3.2.5	Desviación estándar de la población (o).....	27
3.2.6	Muestra.....	27
3.2.7	Análisis e Interpretación de las Encuestas.....	28
3.2.8	Datos Generales de Los Encuestados.....	29
3.3	Estudio de las Variables del Marketing Mix (Producto, precio, promoción y Plaza).....	40
3.4	Análisis Competitivo (Fuerzas de Porter) .....	42
Capítulo IV	.....	43
4.	Descripción del Producto.....	43
4.1	Característica del Producto / Servicio .....	43
4.2	Análisis competitivo con productos similares .....	43
Capítulo V	.....	44
5.	Estudio técnico .....	44
5.1	descripción de las características de localización del negocio .....	44
5.2	Realización de un bosquejo del área de trabajo.....	44
5.3	Diagrama de procesos. ....	45
5.4	Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo .....	45
5.5	listado de máquinas, equipos y herramientas .....	46
5.6	Listado de los Proveedores.....	49
Capítulo VI	.....	49
6.	Estudio Organizacional.....	49
6.1	Organigrama estructural y funcional.....	49
6.2	Funciones según las responsabilidades de cada persona.....	50
6.3	Previsión de RRHH .....	57
Capítulo VII	.....	58
7.	Estudio Legal y societario.....	58
7.1	Marco legal.....	58
7.2	Requisitos para su legitimidad.....	60
8.	Estudio económico financiero .....	61
8.2	Costo Unitario de Producción y proyección de ingresos.....	64

8.2 Estructuras de costos y gastos.....	70
8.4 Plan de inversión.....	73
8.5 Líneas de financiamiento.....	76
8.6 Flujo de caja proyectado (5 años).....	76
8.7 Estados de resultado proyectado (5 años).....	77
Capítulo IX .....	81
9. Evaluación financiera .....	81
9.1 VAN Y TIR.....	81
9.2 Relación beneficio/costo.....	82
9.3 Razones financieras.....	83
9.3.1 Liquidez.....	83
9.3.3 Rentabilidad.....	84
10. Conclusiones y recomendaciones.....	85
Bibliografía.....	86
Anexos.....	89

## Índice de Cuadros

<b>cuadro 1</b> principales competidores .....	43
<b>cuadro 2</b> lista maquinarias, equipos y herramientas .....	49
<b>cuadro 3</b> lista de proveedores .....	49
<b>cuadro 4</b> Descripción de responsabilidad .....	50

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> costo unitario producción .....	62
<b>Tabla 2</b> Estructura de costo y gastos.....	70
<b>Tabla 3</b> Resumen de costo .....	70
<b>Tabla 4</b> Costo de producción.....	73
<b>Tabla 5</b> presupuesto de ingreso .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabla 6</b> proyección de ventas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabla 7</b> plan de inversión .....	73
<b>Tabla 8</b> Capital de trabajo .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabla 9:</b> Inversión total.....	75
<b>Tabla 10</b> Flujo de caja proyectado.....	76
<b>Tabla 11</b> Estado de resultado .....	78
<b>Tabla 12.</b> Estado de situación financiera proyectado (5 años) .....	79
<b>Tabla 13</b> valor actual neto.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabla 14</b> tasa interna de retorno .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## Índice de Gráficos

<b>gráfico 1</b> Genero .....	29
<b>gráfico 2</b> Edades .....	30
<b>gráfico 3</b> Residencia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>gráfico 4</b> visita de restaurante.....	32
<b>gráfico 5</b> frecuencia de visita a restaurant.....	32
<b>gráfico 6</b> platos de adquisición .....	33
<b>gráfico 7</b> preferencia de plato .....	34
<b>gráfico 8 Entradas</b> .....	35
<b>gráfico 9</b> expectativa de platos .....	36
<b>gráfico 10</b> platos gourmet.....	37
<b>gráfico 11</b> precios .....	38
<b>gráfico 12</b> promociones.....	39
<b>gráfico 13</b> medios de comunicación .....	39

## Índice de Ilustraciones

**Ilustración 1.** Lugar de investigación ..... 21  
**Ilustración 2** Diagrama de procesos ..... 45



*Administración de Empresas*  
**Facultad Ciencias Administrativas**

## CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD

Manta, 03 de agosto del 2022

Se informa el resultado del análisis del sistema de similitud y coincidencia “Ouriginal”, al que fue sometido el trabajo de titulación de la estudiante Mero López Angie Yulibeth, en la modalidad de Proyecto de Emprendimiento, su análisis presenta el 3% de similitud y coincidencia con otros documentos, para la constancia se adjunta el resultado del análisis debidamente sustentado.

Por consiguiente, como tutor del presente trabajo de titulación dejo constancia de este resultado:



### Document Information

Analyzed document	TESIS ANGIE YULIBETH MERO LOPEZ.docx (D142542292)
Submitted	7/31/2022 12:53:00 AM
Submitted by	
Submitter email	e1350189070@live.uleam.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	byron.coral.uleam@analysis.arkund.com

Lo certifico,



Firmado electrónicamente por:  
BYRON VICENTE DE PAUL  
FERNANDO CORAL ALMEIDA

**Ing. Byron Coral Almeida PhD.**

## **Docente Tutor**

## **CAPÍTULO I**

### **• 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.**

#### **Tema**

Creación de un restaurante de comida gourmet con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta.

#### **1.1 Planteamiento del problema**

La creación de un restaurante de comida gourmet es una idea motivadora que nace de la necesidad de la sociedad, en los cambios culturales que la sociedad está manifestando actualmente, esto es debido a que las personas de esta época se la pueden catalogar a las artes culinarias, es decir poseer un buen gusto a la comida y del buen beber, Desde este punto hace referencia como placeres comestibles y bebidas.

(Rey, 2015).

Actualmente el tema Gourmet mueve el mundo, convirtiéndose de poco en un estilo de vida para muchos amantes del sabor y la cocina artística e innovadora, y es que como no ser parte de la vida gourmet si es uno de los mejores conceptos gastronómicos que revolucionó la cultura de la buena comida, ya que esta recae en la variedad de platos tanto nacionales como extranjeros.

Con respecto a la ciudad de Manta existe un movimiento acelerado de las personas, donde se determina que, en ocasiones, su tiempo para comer es limitado, tiene como resultado la creación de un lugar donde la comida sea servida de una forma rápida, y al mismo tiempo saludable.

En la actualidad en la ciudad de Manta existen fusión de los restaurantes tipo casual y los de comida rápida, y es a esto que se puede lograr esta necesidad: Un restaurante Fast Casual, donde se refleja una imagen más llamativa para los clientes y finalmente sea una opción para el consumidor.

El Concepto de (Barcia, 2013) , aplica en la Ciudad de Manta ya que un Fast Casual, es la necesidad primordial en esta segunda década de los dos mil, donde la ausencia de este tipo de restaurantes es un problema evidente y se soluciona través del restaurante Gourmet, a aperturas en la Ciudad de Manta.

En la actualidad el término “Gourmet” se ha ido desarrollando de modo que su significado ya no es tan restringido a lo antes mencionado, adaptándose ahora a incluir de modo genérico lo exquisito, los productos y creaciones de las más alta calidad y detalle, así como a la persona aficionada a distinguir los placeres de la buena comida.

### **1.1.1 Entorno macro**

La gastronomía ecuatoriana se ve enriquecida por las diferentes regiones naturales que forman el país: la costa, la sierra, las Islas Galápagos y la región oriental. Por este motivo, los platos principales, así como los postres se preparan con una amplia gama de ingredientes, desde mariscos, hasta carnes, frutas y hierbas aromáticas. Los propios nativos de Ecuador se refieren a sus platos típicos como comida criolla. Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica. Una comida auténtica y mestiza, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos y en la que se han fundido o, mejor, se han cocido sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes (Fernández, 2016).

La gastronomía ecuatoriana es lo principal que una persona encuentra en restaurantes sin embargo existe una gama de restaurantes dedicados a la comida gourmet y que son visitados por personas amantes de estos tipos de platillos saludables y con productos gourmet.

*(Quito, Pichincha. 22-11-2018)*. La gastronomía ecuatoriana paraliza al mundo con su sabor, creatividad y calidad gourmet. Varios chefs del país trasladan los sabores de Ecuador a todos los continentes, es así que cuatro profesionales de la cocina son reconocidos internacionalmente con premios y participaciones que reconocen la calidad y el sabor de las comidas. Rodrigo Pacheco, Ricardo Arellano, Samuel Ortega y Carolina Sánchez posicionan la gastronomía a escala mundial, porque “Ecuador a la Carta” llega a los mejores banquetes del mundo (Ministerio del turismo, 2020).

**Rodrigo Pacheco:** Participa en “The Final Table”, estrenado este 20 de noviembre, transmitido por la plataforma digital Netflix. El chef Pacheco junto a su compañero Charles Michel, colombo- francés, representan a Ecuador y al continente suramericano. El programa de cocina reúne a las doce mejores duplas de la gastronomía mundial, quienes fueron seleccionados de 300 cocineros de todo el mundo (Ministerio del turismo, 2020).

Ecuador trabaja para posicionar la gastronomía nacional en el mundo con preparaciones tradicionales y de calidad. La gastronomía fusiona sabores dulces, salados y ácidos en la comida con variedad de legumbres, verduras, frutas y carnes. El país posee varios de los mejores productos como cacao fino de aroma, plátano verde, camarones, café de altura y una diversidad de frutas que la hacen especial en el mundo.

El Ministerio de Turismo trabaja arduamente para posicionar a Ecuador como una potencia gastronómica, por ello, desarrolló el Plan Nacional Gastronómico “Ecuador a la Carta”, que difunde la comida representativa de las 24 provincias a través de un mapa culinario, ha identificado las zonas geográficas prioritarias y se consolida con la participación en ferias internacionales de turismo que son un camino para mostrar la diversidad de manjares del país. (Ministerio del turismo, 2020)

### **1.1.2 Entorno meso**

La provincia de Manabí es uno de los atractivos turísticos más hermosos que tiene el Ecuador, la diversidad de paisajes, costumbres, culturas y en especial su gastronomía hacen que esta bella provincia sea muy reconocida a nivel nacional e internacional. La Gastronomía manabita es muy valorada por los ecuatorianos (López, 2016).

El chef profesional (Luis Balda), quien ha paseado su experiencia en la cocina europea, cuenta que su propuesta es primero trabajar en una especie de ordenamiento, mejoramiento, manipulación y presentación de lo que Manabí tiene desde hace más de 5.000 años, es decir sus productos nativos. De ahí poco a poco podremos subir hacia los niveles de lo gourmet, que no es mayor cosa, afirma el experto culinario. Propietario del restaurante La Caña, en Portoviejo, Balda afirma que los saberes ancestrales a través de la gastronomía siguen pasando de generación en generación y eso hace que la historia se siga escribiendo día a día. Manabí, sin duda, es una potencia gastronómica ancestral.

A nivel provincial existen distintos restaurantes de comidas típicas y así mismo comidas gourmet por el cual son visitados por turistas y personas locales que desean degustar las delicias culinarias preparadas por chef profesionales apasionados por la cocina (Torres, 2017).

### **1.1.3 Entorno micro**

En lo que respecta a la ciudad de Manta existen varios restaurantes de comidas típicas y así mismo gourmet, que ofrecen a sus clientes varios platos a la carta. Según (El Diario, 2019) refiere que en los últimos años se han inaugurado varios restaurantes que muestran la variedad gastronómica de la ciudad, donde prevalecen los ingredientes y sabores del mar.

Pero eso no es todo, ya que en Manta hay propuestas que además dan valor a los productos nativos ecuatorianos. A 15 kilómetros de Manta, en las faldas del cerro de Montecristi, se halla el restaurante de comida italiana Trattoria da Gabriele, una empresa familiar con profundas raíces europeas, cuya denominación de trattoria indica justamente el

tipo de gestión familiar y el trato personalizado a los clientes, que son tratados más como amigos (El Diario, 2019)

Trattoria da Gabriele se especializa en diferentes platos de la comida italiana preparados al momento y a base de productos de la casa como pastas y embutidos 100% artesanales, junto a carnes y mariscos. Desde allí se puede disfrutar de una vista panorámica de Manta y Montecristi hasta el mar rodeado de la vegetación y un clima fresco tropical.

*Amigos con el ambiente.* Leydy Cevallos, chef y propietaria de El Patio Outdoor Restaurante, ubicado en el barrio Jesús de Nazaret, explica que su cocina se inspira en Ecuador para crear experiencias culinarias. Iniciaron en febrero del 2018, con una propuesta innovadora combinada con comida rápida en un ambiente agradable. El enfoque de la comida fue a través de un “fuck tracks” hamburguesas, sándwiches, papas, pero con recursos gastronómicos manabitas y tradicionales. Uno de los platos más consumidos es el patacón con carne mechada en salsa de albahaca. La comida fusión también es otra opción aquí, pues en su carta prevalece el sándwich cubano y comida vegana, de acuerdo con el requerimiento del cliente (El Diario, 2019)

Se debe tomar en cuenta que Manta es visitada anualmente por turistas nacionales y extranjeros. Sus playas más frecuentadas son "Los Esteros", "Tarqui", "El Murciélago", "Barbasquillo", "San Lorenzo" y "Santa Marianita", "Liguiqui", "La Tiñosa" y "Piedra Larga".

Manta es conocida en el Ecuador por la vida nocturna de sus malecones del Murciélago y de Tarqui especialmente la "zona rosa" como se le conoce a la calle "Flavio Reyes" y la "Plaza del Sol"; en estos lugares sin duda se puede encontrar un sin número de restaurantes y diversos sitios de diversión como karaokes, discotecas y casinos (León, 2018)

#### **1.1.4 formulación del Problema**

¿De qué manera es factible la creación de un restaurante de comidas gourmet con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta?

### **1.2 Objetivo del Proyecto.**

#### **1.2.1 Objetivo general**

Evaluar la factibilidad de la creación de un restaurante de comidas gourmet con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta.

#### **1.2.2 Objetivo Específico.**

- Realizar el estudio de mercado en la creación de un restaurante de comidas gourmet con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta.
- Hacer un estudio técnico en la creación de un restaurante de comidas gourmet con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta.
- Hacer un análisis administrativo en la creación de un restaurante de comidas gourmet con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta.
- Hacer un estudio financiero para la creación de un restaurante de comidas gourmet con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta.

### **1.3 Justificación del Proyecto**

El presente trabajo de emprendimiento tiene como objetivo conocer la factibilidad en la creación de un restaurante de comida gourmet, la creación de este negocio presenta valores económicos acomodados al bolsillo de los clientes quienes son nuestra prioridad.

Los emprendimientos hoy en día se han convertido en una parte fundamental para el desarrollo y evolución de la sociedad. La idea de este emprendimiento es promover el desarrollo de la actividad económica y además generar empleo. La cocina gourmet le da un giro significativo a todo tipo de comida no haciendo referencia solo la comida local sino también la internacional, permitiendo complacer a los paladares más exigentes, sin que se caiga en los excesos y las combinaciones inadecuadas

Por esta razón, las personas cada día buscan en estos sitios un factor que los diferencie de los demás, que les brinde un mejor servicio, mejor calidad e innovación en la preparación de los alimentos. El secreto del éxito en este tipo de negocio está en la innovación, tanto en la preparación de los platos, en la gastronomía y en el servicio al cliente, como en una ambientación acogedora y agradable.

Este emprendimiento se crea con el fin de beneficiar a las personas con un excelente servicio, permitiéndonos ofrecer una agradable atención al cliente donde se sientan a gusto y les permita regresar a degustar nuestra calidad de comida. Buscamos la satisfacción de su paladar con bebidas y comida gourmet, en un espacio que cuente con los máximos estándares de calidad y servicio personalizado si así lo desea el cliente, diferente al que se está acostumbrado.

Este proyecto de emprendimiento también es base previo a la realización de la tesis para la obtención del título de tercer nivel de licenciatura en administración de empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

### **1.3.1 Justificación Teórica.**

Para el desarrollo del presente proyecto de emprendimiento, se toma en cuenta diferentes teorías, enfoques relacionados con estudios de mercado, modelos de análisis

estratégicos para la creación de negocios, determinación de los precios, platos de la carta y otros servicios que se implementaran en la creación del restaurante tomando en cuenta variables sociodemográfica y demográficas de la población en donde se tiene previsto la creación del restaurante gourmet, agregando la posición en donde se tiene previsto también, acentuar el negocio más otros factores como los sociales, económicos que nos permite conocer la realidad de la población a quienes va dirigido el negocio, además proyecciones prevista y alcances que se espera.

Gracias a este importante aporte se analizó y sintetizó a la población de Manta y sus alrededores, de esta forma se logra determinar la importancia de conocer el sector a quienes se busca brindar los servicios de comida gourmet, buscando brindar servicio de calidad y a bajo costo a la población en general, de esta forma beneficiaria de forma interna y externa.

### **1.3.2 Justificación Práctica**

Consciente de la necesidad e importancia que en la actualidad va adquiriendo la comida saludable en la población tanto joven como adulta, se puede identificar a la vez que, por falta de tiempo debido a las cargas laborales u otras necesidades, la alimentación se ve afectada por esas situaciones. También tomando en cuenta el alto costo de los servicios alimenticios en los restaurantes gourmet de la ciudad es un factor esencial para no existir una buena alimentación, desviándose a buscar comida a bajo costo llegando a ingerir comida poco saludable.

La motivación por implementar en este proyecto de emprendimiento recae en determinar la necesidad que tiene la población Mantense y sus alrededores con respecto a la comida de tipo gourmet con servicios agregados, a más de establecer la viabilidad y si es factible la creación de este emprendimiento tomando en cuenta diferentes variables como posicionamiento, demanda de un restaurante con estos tipos de servicios en la ciudad de Manta.

### **1.3.3 Justificación Metodológica**

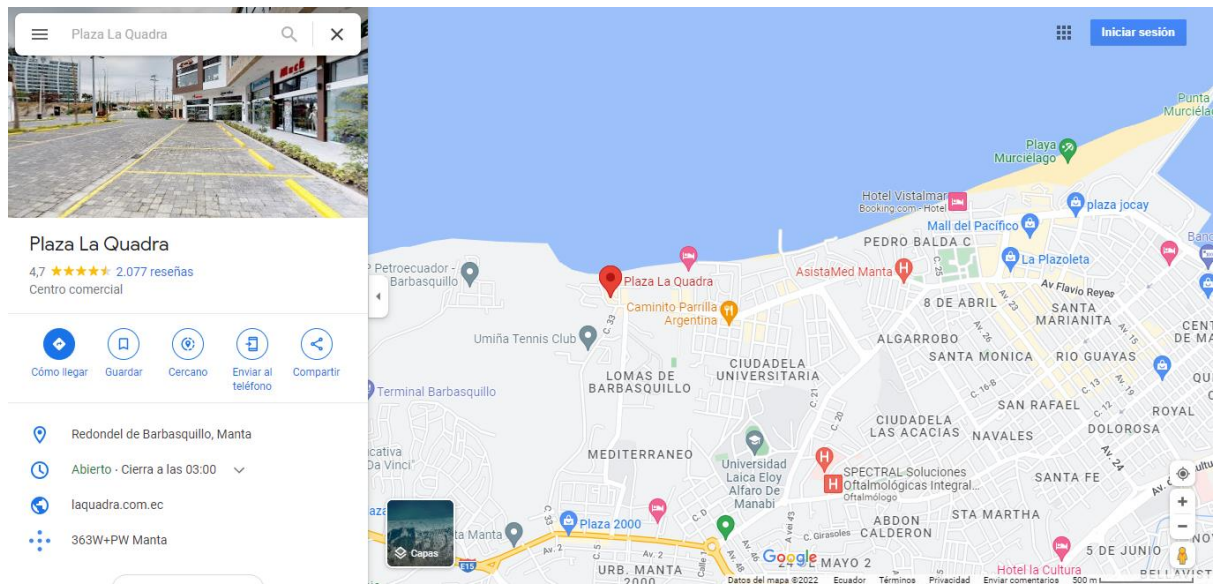
Para lograr los objetivos del estudio que nos hemos propuesto, se ha implementado la necesidad de desarrollar un proceso metodológico ordenado y sistematizado, utilizando técnicas de investigación para realizar un estudio de mercado, de esta manera posibilita a observar y obtener información acerca de los clientes, restaurante del alrededor, esto ayudará y permitirá examinar y tener una perspectiva de la demanda de la población y que si los servicios que se brindara son factibles y con posibilidades de tener éxitos.

También se recurrirá al uso de otros métodos de investigación de mercado mediante estudios organizacionales internos y externos, buscando determinar la capacidad operativa del negocio de emprendimiento, esto con el fin de conocer y poder evaluar las fortalezas y debilidades que existen en el emprendimiento, de esta manera buscando ser mejores de la competencia.

## **1.4 Delimitación del Proyecto**

### **1.4.1 Delimitación geográfica**

El proyecto será ejecutado en Ecuador, en la provincia de Manabí, en la ciudad de Manta, en Plaza La Quadra Manta, lo que establece un fácil acceso y un reconocimiento rápido del Restaurante en la mente del Colectivo Mantense y agrupa un buen nicho de Mercado ya que todos los compradores o Visitantes de La Quadra, conocerán tu Restaurante y por ende tu marca usando la técnica de apalancamiento gracias a que esta plaza comercial, además de ser una plaza de diversión, comercial, de deportes y salud diversión para niños y farras para adultos pues tiene una vista al mar excelente es Popular y muy visitado de la Ciudad. El sector que se seleccionó es estratégico ya que es accesible para toda la comunidad mantense.



*Ilustración 1. Lugar de investigación*

**Fuente:** <https://www.google.com/maps/place/Plaza+la+Quadra,+Manta>

### **1.4.2 Delimitación temporal**

La Investigación se desarrolla en el año 2021 y finaliza en el 2022, con un periodo de 5 años desde el 2023 a 2028

### **1.4.3 Delimitación Social.**

El proyecto de emprendimiento tendrá como beneficiario a la población de Manta tanto del género femenino y masculinos, jóvenes, adultos, adultos mayores que quieran degustar una gran variedad de platos típicos y de comida saludable al estilo Gourmet.

Los Beneficiarios directos están compuestos por los ejecutores del Proyecto de emprendimiento, y el espectro de consumidores que asistan al restaurante además de los trabajadores del restaurante, tanto meseros como los encargados de la cocina,

Se consideran beneficiarios directos a quienes están relacionados con las funciones tanto de proveedores, el restaurante en sí y a los consumidores.

Existe dentro de la delimitación social beneficiarios indirectos como los transportistas que llevan comensales al local, o los Delivery independientes que llevan el producto a casa del consumidor, además de personal técnico independiente que se encargue del mantenimiento del restaurante, como mantenimiento de cocinas, hornos, refrigeradores etc.

#### **1.1.4 Delimitación conceptual**

El proyecto de emprendimiento comprende a la creación de un restaurante de comida gourmet con servicios agregados.

## **CAPÍTULO II**

### **• 2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO**

#### **2.1 Visión**

Nuestra visión es brindar a la ciudad de Manta, un lugar agradable con una gran variedad de comida rica y saludable al alcance de la ciudadanía al estilo Gourmet, fomentando de esta forma una alimentación saludable, balanceada y exclusiva.

#### **2.2 Misión**

Ser un restaurante reconocido a nivel local como nacional por la variedad de comida rica y saludable al estilo Gourmet, favoreciendo a la salud de la ciudadanía en general y brindando una experiencia culinaria excelsa.

### **2.3 Valores Empresariales**

Liderazgo: ir creciendo a través de un servicio de calidad, liderando en gastronomía saludable, sostenible, inclusiva para todo consumidor y exclusiva para paladares distinguidos. sobrepasando las expectativas y consiguiendo posicionar a corto plazo a nivel local y posteriormente a nacional.

Lealtad: Conseguir lealtad a los clientes ofreciendo los servicios de comida gourmet de forma adecuada y con los estándares de calidad, cubriendo las necesidades y la demanda que los clientes necesitan. con testigos multiversos en variaciones y mixes de sabores tradicionales y pases Vip.

Reconocimiento: a nuestros clientes y colaboradores por mantener, brindar servicios de calidad. De igual forma compartir los logros obtenidos con los empleados y colaboradores brindando oportunidad de crecimiento profesional y cenas especiales para clientes destacados.

Confianza: crear confianza, honestidad y respeto tanto a los clientes como a nuestros trabajadores para lograr los objetivos planteados, juntos.

### **2.4 Análisis Internos del Proyecto**

El emprendimiento de un restaurante de comida gourmet en la ciudad de Manta tendrá como estrategias a nivel interno poder atraer a los comensales mediante diferentes formas primero será brindar productos de calidad y a bajo precio, de esta forma lograr permitir el posicionamiento frente a la competencia que existe alrededor, además de que contará con profesional altamente capacitado para el desempeño en las diferentes áreas y segundo brindar confianza y seguridad a los comensales con los productos que se estarán ofertando.

## **Fortalezas**

- Calidad de Servicio
- Excelsa presentación del producto
- Ubicación Estratégica

## **Debilidades**

- Somos un grupo nuevo en el mercado
- Limitaciones Presupuestarias
- Equipo de trabajo en proceso de Cohesión

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA**

#### **3.1 Análisis Externo**

(Mendoza, 2019), señala que la gastronomía en Manta por su ubicación geográfica que se encuentra en el perfil costanero y cerca de zonas montañosas, como es el caso del bosque de Pacoche y por su clima subtropical y marítimo proporcionan tener una variedad de alimentos tanto de mar como de tierra, alimentos frescos que se produce en varias zonas, que se dan en base a su geografía, siendo la gastronomía de Manta su mejor carta de presentación, causando gran aceptación en todos sus habitantes, satisfaciendo a los paladares más exigentes de las personas locales como de turistas, por ello es común ver diferentes restaurante con una gran variedad de platos a carta, comida rápida para la elección del cliente.

Por ellos el análisis externo permite la evaluación de los acontecimientos, cambios y tendencias en las que se desarrolla el turismo de la ciudad de Manta. Cuyo objetivo principal

de este tipo de análisis es identificar las oportunidades y amenazas del proyecto, con el fin de plantear estrategias que permitan el aprovechamiento de oportunidades y mitiguen las amenazas.

Por la cual, a pesar de existir una gran demanda de restaurante en esta ciudad como hemos observado, pero al existir pocos de estilo que brinda comida de tipo gourmet es factible y necesario implementar un restaurante con estas características conociendo la demanda externa y debido a la necesidad y al estudio de mercado realizado de la población de Manta.

### **Oportunidades**

- Muy pocos Restaurantes de la Zona ofrecen comida Gourmet con Platos Tradicionales.
- En Manta existe un Exquisitez en Mariscos debido a que es una ciudad costera donde, se puede ofrecer comida del mar a su mesa.

### **Amenazas**

- En una ciudad tan turística como Manta existe mucha competencia gastronómica
- Posibles nuevos emprendimientos igual al nuestro
- Productos sustitutos

### **3.2 Segmento de mercado**

La segmentación del mercado es el proceso por el cual, un negocio o emprendimiento subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo con ciertas características que le son de utilidad (Thompson, 2015) El propósito de la segmentación del mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una

ventaja competitiva de los negocios que se encuentran alrededor, por esta razón las características principales para realizar la segmentación del presente proyecto son:

Según el (Inec., 2010), demuestra que la población en la ciudad de Manta en el Censo 2010 es de 226447 habitantes, donde está conformado por 111403 hombres y 115074 mujeres (INEC, 2010), a su vez la misma cuenta con una población económicamente activa (PEA) del 50.1%, donde se toma como referencia a las personas de 18 años en adelante.

La población urbana de la ciudad de Manta está conformada por 217553 habitantes, es decir que constituye el 96.06% de la población, a su vez la población rural está conformada por 8924 habitantes siendo el 3.94%.

### **3.2.1 Levantamiento de la información**

Para este apartado se realizará una investigación de campo recorriendo la ciudad de Manta y a través de eso se dará a cabo la recolección de los datos. Para esto se utilizará se utilizará como principal herramienta el Microsoft Excel, donde se recolectó la información en una base de datos, y esta permitirá tabular los datos extraídos y mostrará los resultados en gráficos de barras.

### **3.2.2 Muestreo**

Para el muestreo se utilizará el tipo no probabilístico intencional donde este “Permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra sólo a estos casos. Se utiliza en escenarios en los que la población es muy variable y consiguientemente la muestra es muy pequeña. Por ejemplo, entre todos los sujetos con CA, seleccionar a aquellos que más convengan al equipo investigador, para conducir la investigación” (Otzen. & Manterola., 2017)

Para establecer la muestra se determina un grado de confianza y un margen de error donde se toma los siguientes elementos.

### **3.2.3 Nivel de confianza (z)**

El intervalo de confianza describe la variabilidad entre la medida obtenida en un estudio y la medida real de la población (el valor real). Corresponde a un rango de valores, cuya distribución es normal y en el cual se encuentra, con alta probabilidad, el valor real de una determinada variable. Esta alta probabilidad se ha establecido por consenso en 95%. (Candia & Caiozzi, 2005)

### **3.2.4 Límite aceptable de error muestral (e)**

Es donde se establece el error donde se abarca el nivel de confianza y el límite o grado de confianza, este error se define con un margen del 5%

### **3.2.5 Desviación estándar de la población (o)**

En este se toma un promedio de que el 50% sea aceptado el servicio.

### **3.2.6 Muestra**

**La fórmula para la muestra para el emprendimiento es:**

**N: 113449**                      **Población Económicamente Activa (PEA)**

**O: 0.5**                              **Desviación Estándar de la población**

**Z: 95%**                              **Nivel de confianza (1.96)**

**E: 5%**                                **Límite aceptable de error muestral**

$$(113449) (1.96) (1.96) (0.5) (0.5)$$

$$N= \frac{\quad}{\quad}$$

$$(113449-1) (0.05) (0.05) + (1.96+1.96) (0.5) (0.5)$$

$$(113449) (3.8416) (0.25)$$

$$N= \frac{\quad}{\quad}$$

$$(113448) (0.0025) + (3.8416) (0.25)$$

$$108956,42$$

$$N= \frac{\quad}{\quad}$$

$$284.58$$

**N= 383 personas**

**Elaborado por:** Angie Yulibeth Mero López

### **3.2.7 Análisis e Interpretación de las Encuestas**

Con la aplicación de las encuestas, se consiguieron los resultados que nos ofrecen el nivel de aceptación del restaurante y la gastronomía Gourmet a ofrecer, además de una proyección superficial de los platos específicos con mayor proyección de ventas

### 3.2.8 Datos Generales de Los Encuestados

Entre los datos generales de los encuestados, tenemos género, edades, Y frecuencia de consumo donde presentamos el análisis de resultados de los mismos previo al análisis de resultados de las preguntas de rigor estructuradas, para la recolección de datos en búsqueda de la proyección del nivel de aceptación, y los platos de mayor proyección de ventas y de precios potenciales además de variables importante para la sostenibilidad del proyecto.

#### Género

**Masulino. 192**

**Femenino. 191**

#### Género



**gráfico 1** *Genero*

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

#### **Interpretación:**

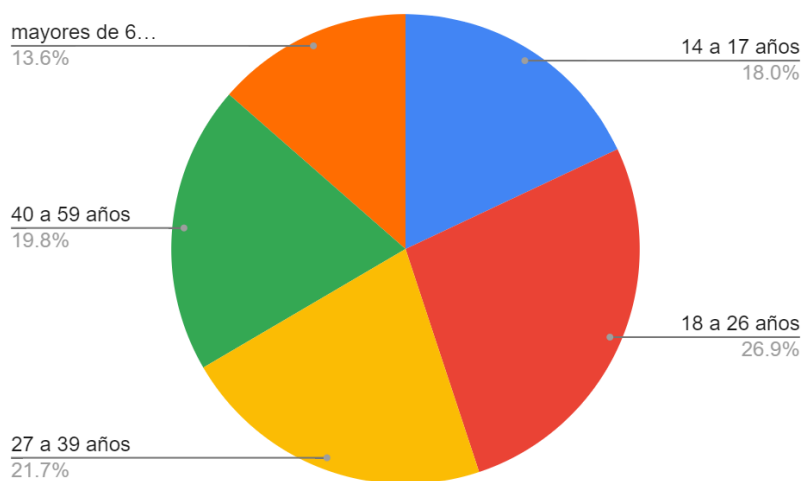
Al realizar las encuestas nos reflejó un resultado de que el 50,1% de encuestados están

representados por el género masculino, y el porcentaje restante está representado por el género femenino con un 49,9%.

## Edades

Para la recolección de datos se encuestó a 383 personas en 5 categorías de edades distintas.

- 14 a 17 años, adolescentes (69 personas encuestadas)
- de 18 a 26 años, adultos jóvenes (103 personas encuestadas)
- de 27 a 39 Años, adultez media (83 personas encuestadas)
- de 40 a 59 Años, adultez General (76 personas encuestadas)
- mayores de 60 Años adultos mayores (52 personas encuestadas)



**gráfico 2** Edades

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

### Interpretación de Resultados.

El porcentaje de las personas encuestadas dan como resultado 18.00% de los encuestados

oscilan entre los 14 y 17 años de edad, el 26.9 % presentan edades entre los 18 a 26 años de edad, el 21.7 % están entre los 17 a 39 años de edad, el 19.8% eran personas entre los 40 y 59 años de edad y el 13.6 % corresponde a personas mayores de 60 años de edad, estos son los resultados que nos arroja de las encuestas realizadas sobre el restaurante de comida gourmet.

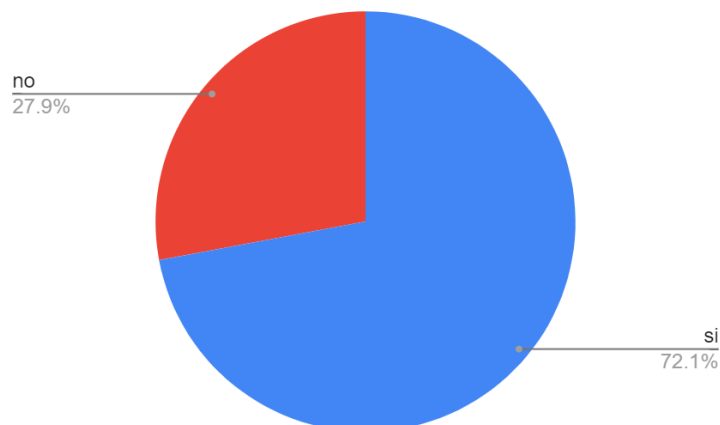
**Cuestionario De Encuestas Para Determinar La Factibilidad En La Creación De Un  
Restaurante De Comida Gourmet Con Servicios Agregados A Ubicarse En La Ciudad  
De Manta.**

Mi nombre es Angie Yulibeth Mero López, estudiante de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí de la facultad de Ciencias Administrativas y los datos requeridos son para el proceso de titulación; su participación es voluntaria y anónima. La información que usted nos proporciona será manejada confidencialmente y en forma global, no existen respuestas correctas o incorrectas.

Preguntas: 10

Respuestas: 383

**1. ¿Usted acostumbra a visitar restaurantes de comida gourmet?**



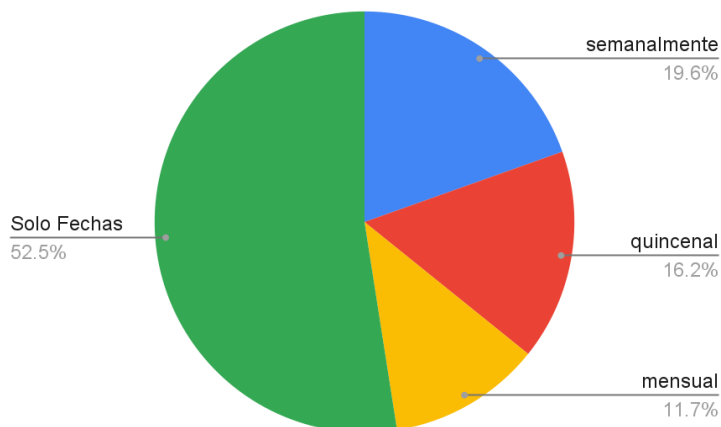
### gráfico 3 visita de restaurante

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

#### Análisis

Como primera pregunta esta en que con que frecuencia visita restaurantes y el 72.1% de la muestra acostumbran a visitar restaurantes de comida gourmet y el 27.9% no, con estos resultados podemos evaluar la factibilidad al crear un restaurante de comida gourmet en la Ciudad de Manta, estos resultados son satisfactorios para nuestro emprendimiento.

#### 2. ¿Con qué frecuencia usted visita restaurantes de comida gourmet?



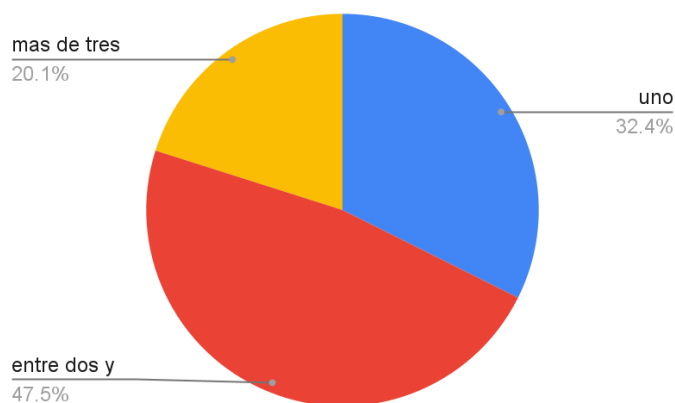
### gráfico 4 frecuencia de visita a restaurant

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

## Análisis

Luego se procedió a realizar esta pregunta ya que existen varios tipos de restaurantes. Según datos arrojados en la realización de las encuestas para nuestro emprendimiento de restaurante de comida gourmet nos dio que el 52.5% de personas acuden a este tipo de restaurantes en fechas especiales, con lo cual podemos determinar cuáles serían las preferencias de nuestros posibles clientes, y gracias a esto también podemos evidenciar que se puede realizar tipos de promociones para que nuestros clientes asistan con más frecuencias.

### 3. Contando entradas y/o postres. ¿Cuántos platos adquiere usted cuando visita un restaurante de comida gourmet?



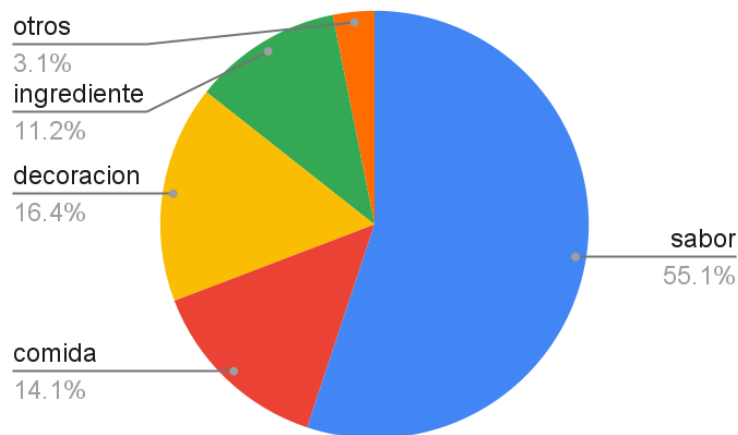
**gráfico 5** platos de adquisición

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

## Análisis

Al realizar esta pregunta podemos observar cuanto serian las ventas de nuestros productos y podemos evidenciar según el análisis de resultados que el 47.5% de personas acostumbran a adquirir entre dos o cuatro platos de comida gourmet según datos estadísticos de la muestra, lo que demuestra la sostenibilidad del restaurante.

### 4. ¿De las siguientes características cuál es su preferencia al pedir un plato en un restaurante de comida gourmet?



**gráfico 6** preferencia de plato

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

## Análisis

Esta es una de nuestras preguntas primordiales ya que dependiendo de esto podemos evidenciar cuáles son los gustos ya sea sabores, presentaciones y calidad de nuestros platos. Los datos estadísticos nos muestran que el 55.1% de personas acuden a este tipo de restaurantes por su sabor y variedad en sus platos.

### 5. ¿De las siguientes opciones de platos, cuál es de su mayor agrado?

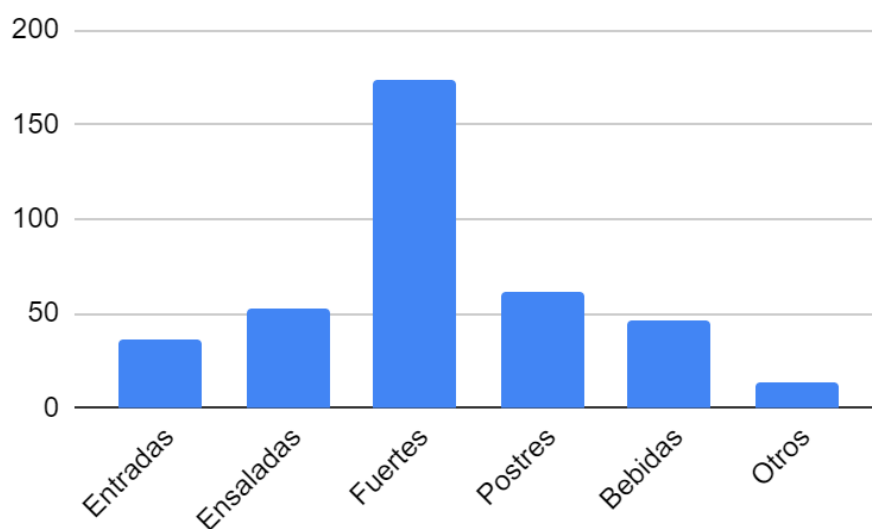


gráfico 7 **Entradas**

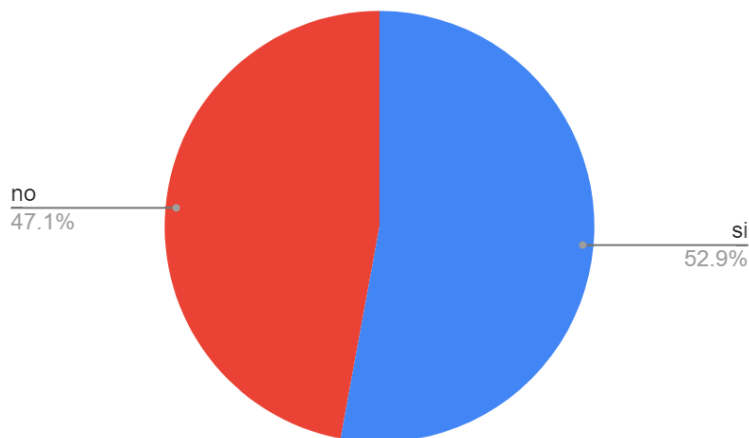
**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

#### **Análisis**

El Análisis de los datos estadísticos nos muestran, que las personas al acudir a este tipo de restaurantes, adquieren platos fuertes de comida gourmet, seguido de los postres. Esto nos

ayudara mucho a nosotros como empresa ya que desde ya podemos observar cuales son las preferencias de nuestros clientes.

**6. Los platos que actualmente ha consumido en otros restaurantes, ¿han llenado sus expectativas?**



**gráfico 8** expectativa de platos

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

**Análisis**

Según el análisis de la muestra el 52.9% de la muestra han tenido una experiencia a la altura en la visita de restaurantes Gourmet y el 47.1 % aun no, este 47.1% es un mercado que podemos fidelizar en nuestro restaurante brindando una mejor experiencia que la de nuestros competidores y el 52,% es una población que está a gusto asistiendo a este tipo de restaurantes y que podemos también ir cautivando con nuestro valor agregado

## 7. ¿Qué tipos de platos de comida gourmet le gustaría degustar?

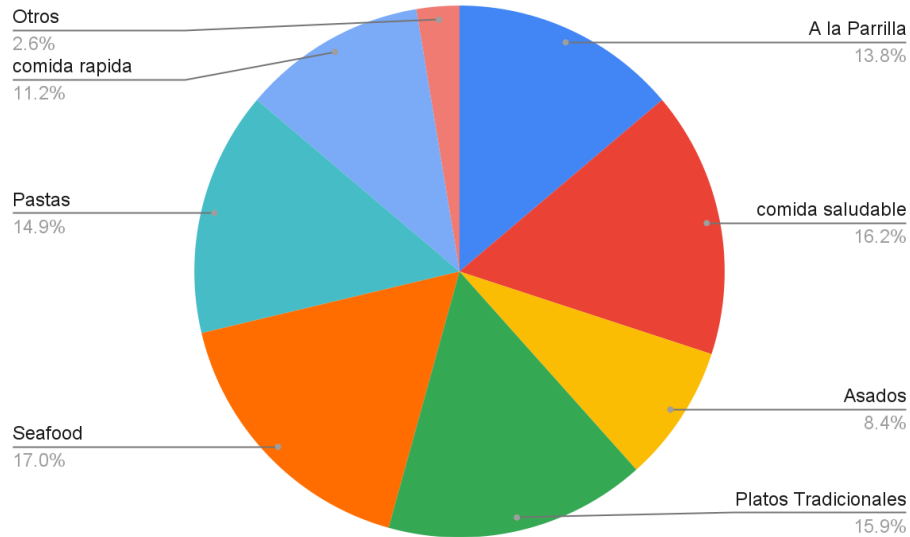


gráfico 9 patos gourmet

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

### Análisis

En el Análisis de la Muestra podemos ver que Generalmente los Mariscos son solicitados dentro de la comida Gourmet, pero existe una diversificación de Gustos, lo que nos genera una idea clara de poder tener variedad en los Platos para que el cliente conozca que, visitando el restaurante, puede hallar lo que busca sin necesidad de ir a varios Lugares.

8. Del siguiente rango. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada plato de comida gourmet?

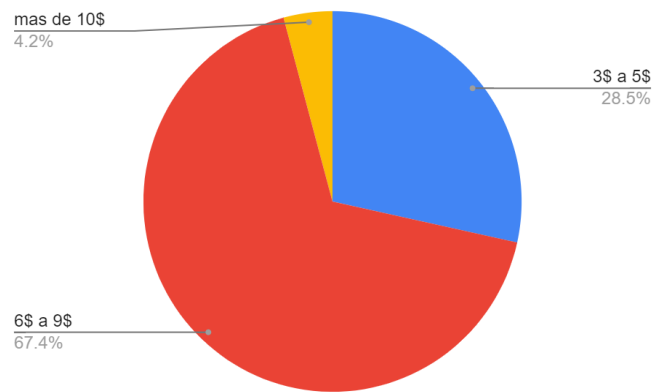
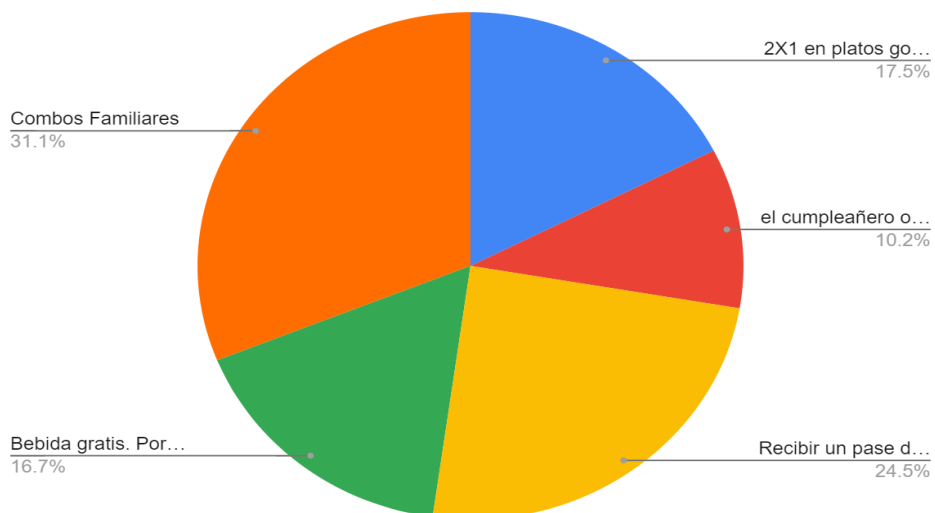


gráfico 10 precios

Fuente Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

9. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que hubiera en el restaurante?



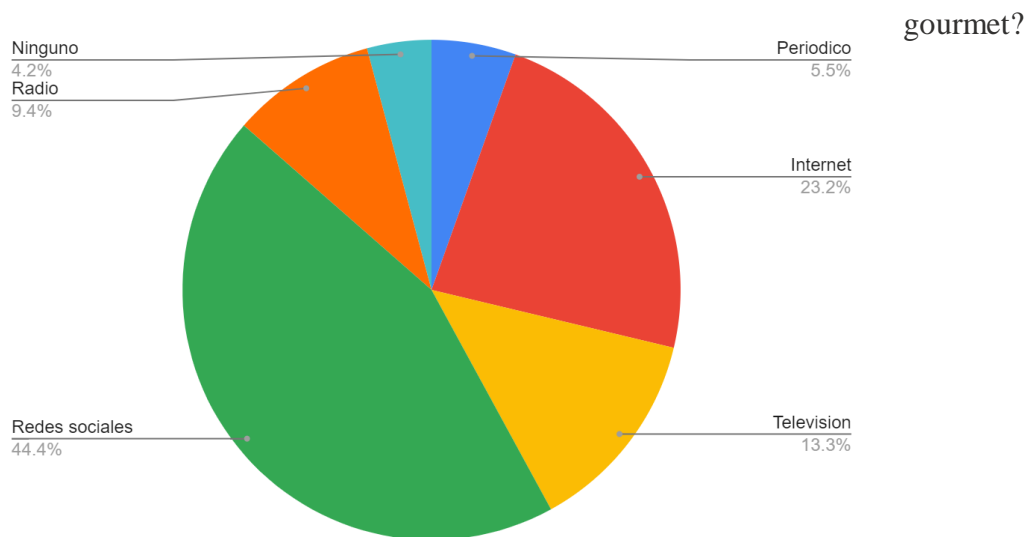
### gráfico 11 promociones

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

#### Análisis

La promoción que la mayoría de encuestados destacó en su mayoría con un 31.1 % fueron los Combos Familiares, en base a que los Restaurantes son un espacio de compartir y disfrutar en familia, así que, a los futuros clientes, les gustaría que existan combos familiares entre nuestra gama de promociones.

### 10. ¿Por qué medio acostumbra a ver publicaciones sobre restaurantes de comida gourmet?



### gráfico 12 medios de comunicación

**Fuente** Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Manta

#### Análisis

Según los resultados de las encuestas, la mayoría de personas, se les antoja o se animan a visitar un restaurante por sus publicidades informativas que se difunden a través de las redes

sociales e Internet con un 44.4% de encuestados para redes sociales y un 23.2 % para Internet.

### 3.3 Estudio de las Variables del Marketing Mix (Producto, precio, promoción y Plaza).

El presente restaurante de comida gourmet brinda a la ciudadanía productos de calidad, muy consumidos por sus ciudadanos, esto permitirá ir consiguiendo los objetivos de ser líderes a nivel local, y por la cual las siguientes estrategias de marketing que se implementarán durante el transcurso del tiempo y que se irán renovando periódicamente ayudaran a cumplir dichos objetivos.

**Producto:** La estrategia del producto que se emplea está basada en la exquisitez y calidad de los platos gourmet, se venderán los 7 días a la semana. El restaurante ofrecerá entradas, platos fuertes, postres y variedades de bebidas. A continuación de detallarán nombres de platos y bebidas con sus respectivos precios que estarán a disposición del público.

#### PLATOS FUERTES

	A LO									
DESCRIPCIÓN	SALVAJE	JUCALE	TROYAL	SPIRIT	GALANTE	AMBISIOSO	PICARO	VALENTIN	TROVADOR	EMBAJADOR
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 6,00	\$ 2,00	\$ 3,00	\$ 2,00	\$ 0,75	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	\$ 26,99	\$ 22,99	\$ 23,99	\$ 22,99	\$ 21,74	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99
PVP	\$ 29,00	\$ 27,00	\$ 24,00	\$ 25,00	\$ 22,00	23,00	24,00	25,00	23,00	21,80
<b>% UTILIDAD</b>	<b>7,47%</b>	<b>17,47%</b>	<b>0,06%</b>	<b>8,77%</b>	<b>1,22%</b>	<b>4,62%</b>	<b>9,16%</b>	<b>13,71%</b>	<b>4,62%</b>	<b>-0,84%</b>

	TONGA				
DESCRIPCIÓN	EMBAJADOR	TRUENO	MISTERIOSO	JUPITER	ANDALUZ
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99
PVP	21,80	25,00	25,00	26,00	21,99
<b>% UTILIDAD</b>	<b>-0,84%</b>	<b>13,71%</b>	<b>13,71%</b>	<b>18,26%</b>	<b>0,02%</b>

## BEBIDAS

PODEROSO	MOJITO	PIÑA COLADA	CAIPÍRIÑA	MISTICA	ATARDECER EN EL MAR	FRESCURA CAMPESTRE
\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99
\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99
25,00	24,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00
<b>13,71%</b>	<b>9,16%</b>	<b>4,62%</b>	<b>4,62%</b>	<b>4,62%</b>	<b>4,62%</b>	<b>4,62%</b>

**Precio:** La estrategia de precios a utilizar para ingresar al mercado será la referencia de la competencia y el promedio de precios que están dispuestos a pagar cada consumidor debido que al mercado que se ingresara, está conformada por clase media y alta.

**Plaza:** El restaurante Gourmet estará ubicado en el mall de pacifico en el patio de comidas, por la gran concurrencia de personas en esta zona y por ser altamente comercial.

**Promoción:** contar con una buena imagen visual para nuestros clientes proyectando así una buena imagen de calidad y profesionalismo se les brindara las siguientes promociones.

- 2X1 en platos gourmet los días lunes
- el cumpleaños obtendrá un 50% de descuento
- Recibir un pase de descuento por ser cliente del restaurante
- Bebida gratis. Por compra superiores a 10 dólares jugos naturales gratis para acompañar cualquiera de los platos de menú
- Combos Familiares
- Martes y Jueves de Locura

### **3.4 Análisis Competitivo (Fuerzas de Porter)**

Para este análisis competitivo se utilizarán las cinco fuerzas de Porter. Debido en que cualquier emprendimiento las organizaciones se pueden ver afectadas de manera directa por cinco fuerzas competitivas que son: competidores (rivalidad), proveedores, barreras de entrada, consumidores y sustitutos (Porter, 1997)

**Rivalidad:** mediante el estudio de mercado se pudo evidenciar que la competencia de comida gourmet es baja, ya que la mayoría de restaurantes se dedican a la venta de comida rápida con costos muy altos.

**Los proveedores:** el poder de negociación de los proveedores es alto, existen muchas que se dedican a abastecer los negocios.

**Barreras de entrada:** se puede notar que son bajas, debido a que no se requiere de conocimientos o tecnología de alta calidad en el negocio o que sean avanzados, ni tampoco de una inversión alta, además los requisitos legales para abrir el negocio son accesibles.

**Consumidores:** mediante el análisis que se pudo realizar podríamos constatar que los consumidores son altos esto se puede evidenciar en la demanda de las personas que habitan en los alrededores, además de los productos que la ciudadanía consume por la cual son muy apetecidos por las personas.

**Sustitutos:** No existen sustitutos ya que se tiene planeado no contratar otro servicio alguno para ahorrar en servicios que no se tan necesario de esta forma permitirá ahorrar que servirían para el pago de otro servicio y que las tareas serán realizadas por el personal suficiente. (Porter, 1997)

## Capítulo IV

### 4. Descripción del Producto

#### 4.1 Característica del Producto / Servicio

- Comida de tipo gourmet a bajo costo en comparación al mercado.
- Elaborado con productos frescos y calidad premium
- Selección de productos y servicios tomando en cuenta la necesidad del cliente.
- Servicio ágil.
- Todo nuestro producto son realizado en las mejores condiciones.
- Servicio y productos al alcance de la ciudadanía Mantense y sus alrededores
- Local cómodo y agradable para el deguste de los diferentes platos que se brindan en el menú.

#### 4.2 Análisis competitivo con productos similares

El análisis competitivo con productos similares se establece con la competencia de restaurante que existen alrededor de la ubicación del negocio que elaboran algunos de los mismos productos del presente emprendimiento, por lo tanto, se ha podido constatar que dichos productos existen contra la demanda tiene una diferencia específicamente en los precios siendo estos un poco más elevados, además tomando en cuenta las infraestructuras del negocio.

#### cuadro 1 principales competidores

RESTAURANTE	GO GREEN	LA CATRINA
Localización	La Quadra	La Quadra
capacidad de atención	30 personas	30 personas
Ambiente	Local amplio	Local mediano

presentación Artística	No	No
------------------------	----	----

## Capítulo V

### 5. Estudio técnico

#### 5.1 descripción de las características de localización del negocio

Se encuentra ubicado en Manta, Plaza La Quadra. Existen algunos negocios de comida.

Zona accesible y con gran afluencia de personas especialmente los fines de semanas

Su localización permite ser un buen lugar para la creación de un restaurante de comida gourmet.

Localización muy conocida y popular de la Ciudad de Manta.

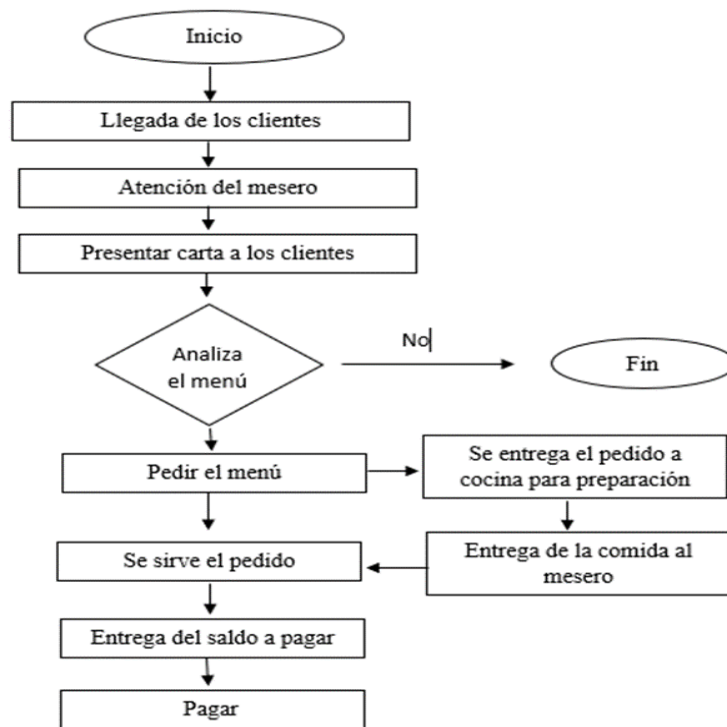
Localización muy transitada por personas de diferentes edades.

#### 5.2 Realización de un bosquejo del área de trabajo

El área de trabajo (Restaurante), estará ubicada en una zona comercial, de negocios y locales comerciales, será amplio para la comodidad de los comensales, música de fondo leve y colores que transmitan sensaciones de satisfacción, para el deleite y una experiencia premium en todos los sentidos, mesas y sillas confortables y sobre todo una amplia zona de la cocina para una mejor preparación de los alimentos a consumir.

### 5.3 Diagrama de procesos.

A continuación, mediante un diagrama de flujo se describe de forma secuencial los procesos que el restaurante desarrollará:



**Ilustración 2** Diagrama de procesos

### 5.4 Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo

El presupuesto de costos de producción del presente negocio de comida gourmet está basado principalmente por la materia prima, mano de obra que incluye cocinero, mesero y otros costos (utensilios de cocina, pago a empleados, gastos en servicios varios). Por lo tanto, los valores propuestos son estimados en función del plan mensual, que son lo siguiente:

### 5.5 listado de máquinas, equipos y herramientas

	<b>Nombre</b>	<b>precio</b>	<b>cantidad</b>	<b>total</b>
<b>1</b>	Cocinas	<b>\$500</b>	2	<b>\$1000</b>
<b>2</b>	Hornos	<b>\$1.000</b>	2	<b>\$1.000</b>
<b>3</b>	Sartén	<b>\$55</b>	4	<b>\$220</b>
<b>4</b>	Microonda	<b>\$240</b>	2	<b>\$480</b>
<b>5</b>	freidora		4	
<b>6</b>	<b>estufas de ahumar</b>	<b>\$490</b>	1	<b>\$490</b>
<b>7</b>	<b>Licuadaora</b>	<b>\$70</b>	2	<b>\$140</b>
<b>8</b>	<b>fregadero</b>	<b>\$75</b>	1	<b>\$75</b>
<b>9</b>	<b>cafetera</b>	<b>\$45</b>	1	<b>\$45</b>
<b>10</b>	<b>congelador</b>	<b>\$600</b>	1	<b>\$600</b>
<b>11</b>	<b>horno tostador</b>	<b>\$115</b>	1	<b>\$115</b>
<b>12</b>	<b>teléfono</b>	<b>\$80</b>	1	<b>\$80</b>
<b>13</b>	<b>televisor</b>	<b>\$600</b>	2	<b>\$1200</b>
<b>14</b>	<b>computador</b>	<b>\$600</b>	1	<b>\$600</b>
<b>15</b>	<b>caja registradora</b>	<b>\$56</b>	1	<b>\$56</b>
<b>16</b>	<b>Gas</b>	<b>\$40</b>	3	<b>\$120</b>
<b>17</b>	<b>aire acondicionado</b>	<b>\$300</b>	2	<b>\$600</b>
<b>18</b>	<b>mesas</b>	<b>\$40</b>	7	<b>\$280</b>
<b>19</b>	<b>sillas</b>	<b>\$10</b>	28	<b>\$280</b>
<b>20</b>	<b>escritorio</b>	<b>\$250</b>	1	<b>\$250</b>
<b>21</b>	<b>sillón</b>	<b>\$200</b>	1	<b>4200</b>

22	bolígrafos	0,50	5	\$2,5
23	archivador	\$100	1	\$100
24	grapapas	\$1	1	\$1
25	facturero	\$10	1	\$10
26	mandil	\$2	3	\$6
27 28	gorro de cocinas	0,25	3	0,75
29	limpiones	\$1	4	\$4
30	copas de helados	\$2	15	\$30
31	copas de milkshake	\$3	15	\$45
32	copas coctel	\$2	15	\$30
33	vaso cerveza	\$2	36	\$72
34	vaso gaseosa	\$1	36	\$36
35	jarras 1 litro	\$5	10	\$50
36	jarras 2 litros	\$6	10	\$60
37	cuchara café o postre	0,50	50	\$25
38	cuchara sopera	0,50	50	\$25
39	cuchillo para mantequilla	0,50	50	\$25
40	cuchillo para carnes	\$5	5	\$250
41	tenedor trincherero	\$1	50	\$50
42	cuchillo trincherero	\$1	50	\$50
43	platos soperos	0,80	50	\$40
44	plato para taza	0,25	50	12,50

45	plato entremés	\$6,90	50	\$345
46	taza para café	1,93	50	\$96,5
47	taza para consomé	\$1,15	50	\$57,5
48	abrelatas	\$10	5	\$50
49	cuchara para servir	\$0,50	50	\$25
50	cucharón	\$13	10	\$130
51	cuchillo cebollero	\$12	5	\$60
52	cuchillo puntilla	\$115	5	\$575
53	exprimidor de limón	\$1,5	5	\$7,5
54	olla grande	\$60	10	\$600
55	pelador	\$17	3	\$51
56	rallador	\$20	5	\$100
57	batidora	\$185	1	\$185
58	tabla de picar	\$10	5	\$50
59	sartén mediano	\$22	5	\$110
60	sartén grande	\$72	5	\$360
61	detergente 1k	\$2	1	\$2
62	escoba	\$2	2	\$4
63	basurero grande	\$3	2	\$6
64	estropajo	\$2	2	\$4
65	papel higiénico	\$0.50	12	\$6
66	pinoklin	\$2	2	\$4
67	lava vajilla	\$1.5	2	\$3.00

**cuadro 2** lista maquinarias, equipos y herramientas

### **5.6 Listado de los Proveedores.**

<b>Proveedores</b>
Proveedor de alimentos Bedoya Carrera S.A. (Productos de primera necesidad)
Servei (productos de alimentos, limpieza)
Fresh Fish (mariscos)
Cárnicos El Paramo
Dibedal

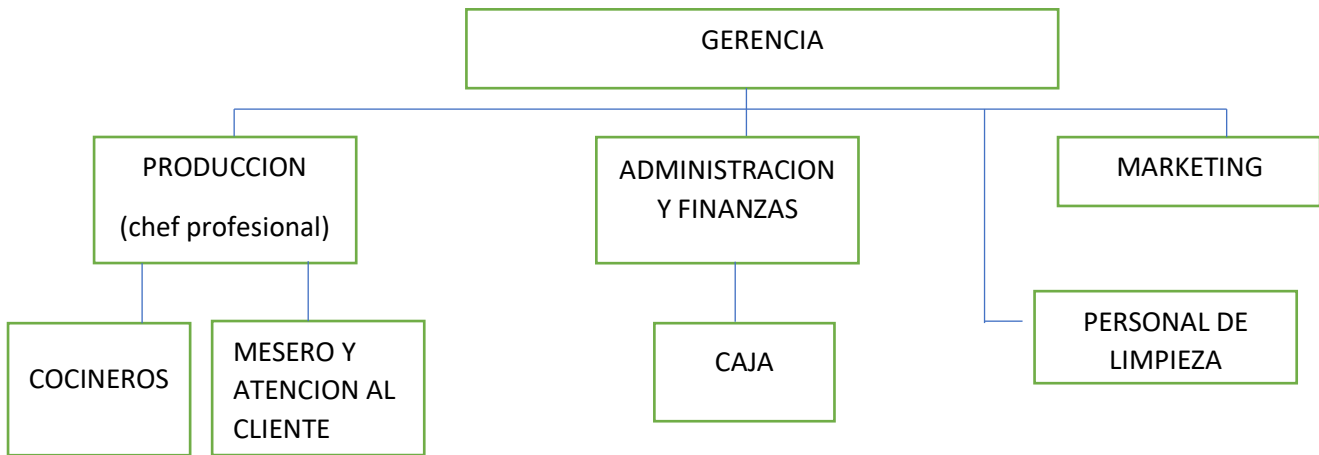
**cuadro 3** lista de proveedores

## **Capítulo VI**

### **6. Estudio Organizacional**

#### **6.1 Organigrama estructural y funcional**

La estructura administrativa del restaurante de comida gourmet está conformada mediante un organigrama estructural y funcional, cuyo fin permite el conocimiento de cómo está conformado mediante los diferentes niveles. El restaurante se constituirá desde la administración hasta las personas de atención al cliente que fueron definidos de acuerdo con las necesidades de la comunidad en donde se aloja el negocio. A continuación, el organigrama.



## 6.2 Funciones según las responsabilidades de cada persona

cuadro 4 Descripción de responsabilidad

<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	
<b>PUESTO:</b>	Gerente
<b>DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:</b>	Gerencia
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Propietario y Accionistas
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b> Ingeniero en contabilidad y auditoría o carreras Afines	
Dirigir a la empresa, plasmar objetivos, toma de decisiones. En ete departamento se	

direccionan las actividades de producción, atención al cliente, ventas y se realizan los controles de todos los departamentos.

**FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:**

- ❖ Representante legal a cargo del restaurante
- ❖ Lleva la contabilidad y presupuesto general del establecimiento
- ❖ Supervisión de las metas, estadísticas y ventas
- ❖ Organiza y controla los demás departamentos
- ❖ Convoca a reuniones periódicamente
- ❖ Verifica y aprueba todo tipo de compra de materia prima
- ❖ Se encarga de la selección del personal

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

**JEFE INMEDIATO SUPERIOR:**

Administrador del Restaurante

**DEPARTAMENTO AL QUE  
PERTENECE:**

Administración y finanzas

**JEFE INMEDIATO SUPERIOR:**

Propietario y Accionistas

**DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:** Ingeniero en Administración o carreras Afines

Realizar los Procesos Administrativos y supervisión para el correcto funcionamiento del Restaurante en todas sus áreas.

**FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:**

- ❖ Administrar el Servicio del Restaurante
- ❖ Administrar los Recursos Humanos, técnicos y Financieros del Restaurante
- ❖ Lograr el correcto funcionamiento y el logro de los objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- ❖ Habilidad de Liderazgo y trabajo bajo presión, experiencia y calidad de servicio

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

<b>PUESTO:</b>	Chef Profesional
<b>DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:</b>	Departamento de Producción.
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Gerente Administrador
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	
<p>tendrá la responsabilidad de la preparación del menú que se brindará a los comensales con la más alta y buena calidad de los productos y de la elaboración</p>	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cocinar, preparar y decorar platillos</li> <li>❖ desarrollar menús</li> <li>❖ Supervisar el correcto funcionamiento de los implementos de producción gastronómica,</li> <li>❖ Habilidad de Liderazgo y trabajo bajo presión , experiencia y calidad de servicio</li> <li>❖ Asignación de tareas al equipo de cocina.</li> <li>❖ revisar la calidad de los Alimentos</li> <li>❖ Hacer pedidos de materias Prima y Equipo de Producción Gastronómica.</li> </ul>
---

<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>	
<b>PUESTO:</b>	Cocinero
<b>DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:</b>	Departamento de producción
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Chef Profesional
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b> experto en cocina gourmet	
se encargará de la preparación de los alimentos y limpieza de su puesto de trabajo	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cocinar los platos de comida gourmet</li> <li>❖ Se encargara de la limpieza de su puesto de trabajo</li> </ul>	

- ❖ Realiza la requisición periódica de los productos para el uso de la cocina
- ❖ Elabora los platos de acuerdo a las recetas estándar
- ❖ Prepara salsas, aderezos y demás preparación de los platos
- ❖ Asistir a reunión de cocina periódicamente

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

**PUESTO:**

Cajero.

**DEPARTAMENTO AL QUE**

Dpto. administrativo

**PERTENECE:**

**JEFE INMEDIATO SUPERIOR:**

Administrador

**DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:** Auxiliar Contable o Afines

será un responsable de administrar el dinero que se obtiene de las ventas de los platos a la carta.

**FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:**

Registrar los Ingresos y Egresos de Ventas Diariamente

- Conciliaciones bancarias.
- Reportes de ventas.
- Detalle de cada uno de los proveedores.

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

<b>PUESTO:</b>	Meseros
<b>DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:</b>	Dep. Atención al Cliente
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Gerente
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO:</b>	
Tener la capacidad y honestidad para realizar todas las actividades económicas, financieras y de recursos humanos de la empresa.	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	
Estará conformado por dos meseros que se encargaran de tomar el pedido y servir las órdenes de los comensales, así como de la limpieza de las mesas. Deberá dar a conocer los menús y conocer los ingredientes y procesos de preparación del mismo.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Atención al Cliente</li> <li>● Recibirlo y ofrecerle las respectivas Promociones</li> <li>● Procesamiento de Pedidos</li> <li>● servicios a la mesa</li> <li>● Administrar quejas y cumplidos</li> <li>● Procesar los Pagos y Entrega de Facturas</li> <li>● Limpiar las mesas.</li> </ul>	

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

<b>PUESTO:</b>	Personal de Limpieza
<b>DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE:</b>	Dep. de Higiene
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Gerente
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Bachiller</b>	
Tendrá la responsabilidad del aseo de la cocina y de la limpieza de las vajillas, vasos y utensilios de cocina.	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	
<p>Pueden encargarse tanto de la <b>limpieza</b> ligera o de superficies, como aspirar, quitar el polvo y <b>limpiar</b> ventanas y puertas, así como de la <b>limpieza</b> profunda y especializada, principalmente en áreas de cocina donde las superficies necesitan ser desengrasadas y desinfectadas, o poner cera a los pisos, lavar la alfombra.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Limpieza Ligera de Restaurante</li> <li>● Limpieza Profunda</li> <li>● Desinfección y Limpieza de sanitarios</li> <li>● Limpieza de cocina y materiales de Producción.</li> </ul>	

### **6.3 Previsión de RRHH**

La previsión consiste en prever el personal que una organización necesita para que se pueda cumplir con los objetivos determinados (Haro S & Piacentini M, 2017)

Por lo tanto, desde este punto es fundamental estudiar las condiciones evidentes en los mercados externos, es decir la competencia, así como los requisitos de los recursos humanos que el restaurante necesita. Por otro lado, el restaurante de comida gourmet debe determinar si hay disponibilidad suficiente de recursos humanos dotados de talento y aptitudes necesarias para ocupar los puestos que se necesitan en el negocio.

Por la cual el presente negocio mediante el estudio de mercado y que se cuenta con los recursos y debido a la necesidad es fundamental la contratación del personal para el negocio esto una vez establecida la situación antes mencionada y la necesidad de contar con el personal es posible determinar acciones necesarias para cumplir con las expectativas deseadas. Asimismo, ya teniendo el personal seleccionado se procederá a dar capacitación inicial y periódicamente. Los elementos que componen la previsión de recursos humanos que ya fueron expuestas anteriormente son:

- Análisis del puesto.
- Descripción del puesto.
- Planificación de recursos humanos

## **Capítulo VII**

### **7. Estudio Legal y societario**

#### **7.1 Marco legal**

Según el Ministerio de turismo con respecto al marco legal para la apertura de un restaurante a nivel nacional son lo siguiente:

Que, el artículo 13 de la Constitución de la República del Ecuador reconoce y garantiza el derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos;

Que, el artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador, señala que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características:

Que, de conformidad con el Art. 82 de la Constitución Política del Ecuador "el Derecho a la Seguridad Jurídica se fundamenta en el respeto a la Constitución y en la existencia de normas jurídicas previas, claras, públicas y aplicadas por las autoridades competentes"; de modo que, si como consecuencia de una actividad de control se realiza una verificación, inspección o similares, los requerimientos de la autoridad no cambien por causa de cambio de autoridad o inspector;

Que, el Art. 226 de la norma up supra en concordancia con el Principio de Legalidad señala que "las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución":

Que, de conformidad con el Art. 227 de la Constitución "la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación":

Que, el artículo 281 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que: "La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente."; Que, el numeral 13 del artículo 281 de la Constitución de la República del Ecuador señala como responsabilidad del Estado el: "Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud (...).

" Que, en el literal b) del artículo 5 de la Ley de Turismo publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 733 de 27 de diciembre de 2002, se reconoce al servicio de alimentos y bebidas como actividad turística;

Que, el numeral 1 del artículo 15 de la Ley de Turismo, reconoce al Ministerio de Turismo, como el organismo rector de la modalidad turística ecuatoriana: quien tendrá entre otras la siguiente atribución: "7. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional";

Que, el artículo 16 de la ley anteriormente citada prescribe: "Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley"; Que, el artículo 19 de este mismo instrumento normativo, contempla que el Ministerio de Turismo establecerá privativamente las

categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo, mismas que deberán sujetarse a las normas de uso internacional, para lo cual expedirá las normas técnicas correspondientes;

Que, el literal a) del artículo 43 del Reglamento General a la Ley de Turismo define a la actividad de alimentos y bebidas de la siguiente manera: Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento".

## **7.2 Requisitos para su legitimidad**

Según el ministerio de turismo del Ecuador los requisitos para la legitimidad de emprendimiento de un restaurante son los siguiente:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la última papeleta de votación.
6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre Comercial.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón o denominación sociales o nombre comercial

del establecimiento.

8. Fotocopia de escrituras de propiedad, y del recibo de pago del impuesto predial al día o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado en un juzgado.

9. Copia de la Patente Municipal (Rentas Ventanilla N°1

(Requisitos nuevos: Copia de la Cédula de Ciudadanía, Copia del último certificado de Votación, Planilla de algún Servicio Básico)

10. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)

11. Copia del Certificado Ambiental (Emitido por el Departamento Municipal de Medio Ambiente: Oficina: Santa Martha)

12. Inventario valorado de la empresa firmado bajo responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. (LOCALES NUEVOS)

13. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos

14. Copia del certificado de Salud.

15. Traer una carpeta.

## **8. Estudio económico financiero**

### **8.1 Producción**

Como se observa en la tabla, los ingresos o producción de la empresa, existirán del primer mes, según lo expuesto por medio de la encuesta realizada a los potenciales consumidores indicando un comienzo prospero para la misma.

**Tabla 1** Producción (en cantidad mensual).

DESCRIPCIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A LO SALVAJE	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	39	<b>468</b>	488	508	529	552
JUCALE	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	324	338	352	367	382
TROYAL	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	432	450	469	489	509
SPIRIT	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	504	525	547	570	594
GALANTE	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	372	388	404	421	439
AMBISIOSO	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	312	325	339	353	368
PICARO	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	348	363	378	394	410
VALENTIN	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	612	638	664	692	721
TROVADOR	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	516	538	560	584	608
EMBAJADOR	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	456	475	495	516	538
TRUENO	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	504	525	547	570	594
MISTERIOSO	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	636	663	691	720	750
JUPITER	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	252	263	274	285	297
TONGA ANDALUZ	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	288	300	313	326	340
RELAMPAGO	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300	313	326	339	354

CONDE	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	672	700	730	760	792
PODEROSO	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	384	400	417	434	453
MOJITO	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276	288	300	312	325
PIÑA COLADA	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	624	650	678	706	736
CAIPÍRIÑA	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	384	400	417	434	453
MISTICA	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	432	450	469	489	509
ATARDECER EN EL MAR	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	456	475	495	516	538
FRESCURA CAMPESTRE	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	372	388	404	421	439
HAMBURGUESA RANCHERA	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	384	400	417	434	453
HAMBURGUESA MAR Y TIERRA	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	336	350	365	380	396
<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>2100</b>	<b>2188</b>	<b>2280</b>	<b>2376</b>	<b>2476</b>

## **8.2 Costo Unitario de Producción y proyección de ingresos**

Los costos unitarios de producción en este caso de alimentos del restaurante de comida gourmet son los que se generan al elaborar un plato de los que se brinda a los comensales en donde encontramos productos con lo que se ha elaborado, mano de obra y costos que se utilizaron. En el presente restaurante se elaboran diferentes opciones de comida gourmet la cual el costo será la suma de los productos utilizado en la elaboración del alimento teniendo así los costos de cada uno de los productos que se ofrecen en el menú, con el fin de brindar al consumidor final productos de calidad.

Dentro de las opciones planteadas en el menú es importante recalcar que se tomaron en consideración los gustos y preferencias de la población, por lo que se establece un detalle del menú en donde se calculan las unidades producidas de acuerdo a la inversión destinada para la materia prima, la mano de obra y los costos con el fin de determinar el costo unitario de producción.

**Tabla 2:** Proyección de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A LO SALVAJE	468	488	508	529	552
PVP	\$ 29,00	\$ 29,14	\$ 29,28	\$ 29,43	\$ 29,57
INGRESO A LO SALVAJE	\$ 13.572,00	\$ 14.211,32	\$ 14.880,76	\$ 15.581,73	\$ 16.315,72
JUCALE	324	338	352	367	382
PVP	\$ 27,00	\$ 27,13	\$ 27,27	\$ 27,40	\$ 27,53
INGRESO JUCALE	\$ 8.748,00	\$ 9.160,08	\$ 9.591,57	\$ 10.043,39	\$ 10.516,50
TROYAL	432	450	469	489	509
PVP	\$ 24,00	\$ 24,12	\$ 24,24	\$ 24,35	\$ 24,47
INGRESO TROYAL	\$ 10.368,00	\$ 10.856,39	\$ 11.367,79	\$ 11.903,28	\$ 12.463,99
SPIRIT	504	525	547	570	594
PVP	\$ 25,00	\$ 25,12	\$ 25,25	\$ 25,37	\$ 25,49
INGRESO SPIRIT	\$ 12.600,00	\$ 13.193,53	\$ 13.815,03	\$ 14.465,79	\$ 15.147,22
GALANTE	372	388	404	421	439
PVP	\$ 22,00	\$ 22,11	\$ 22,22	\$ 22,32	\$ 22,43
INGRESO GALANTE	\$ 8.184,00	\$ 8.569,51	\$ 8.973,19	\$ 9.395,88	\$ 9.838,48
AMBISIOSO	312	325	339	353	368
PVP	\$ 23,00	\$ 23,11	\$ 23,23	\$ 23,34	\$ 23,45
INGRESO AMBISIOSO	\$ 7.176,00	\$ 7.514,03	\$ 7.867,99	\$ 8.238,61	\$ 8.626,70
PICARO	348	363	378	394	410
PVP	\$ 24,00	\$ 24,12	\$ 24,24	\$ 24,35	\$ 24,47
INGRESO PICARO	\$ 8.352,00	\$ 8.745,43	\$ 9.157,39	\$ 9.588,75	\$ 10.040,44
VALENTIN	612	638	664	692	721

PVP	\$ 25,00	\$ 25,12	\$ 25,25	\$ 25,37	\$ 25,49
INGRESO VALENTIN TROVADOR	\$ 15.300,00	\$ 16.020,72	\$ 16.775,39	\$ 17.565,61	\$ 18.393,05
PVP	516	538	560	584	608
INGRESO TROVADOR EMBAJADOR	\$ 23,00	\$ 23,11	\$ 23,23	\$ 23,34	\$ 23,45
PVP	\$ 11.868,00	\$ 12.427,05	\$ 13.012,44	\$ 13.625,40	\$ 14.267,23
PVP	456	475	495	516	538
INGRESO EMBAJADOR TRUENO	\$ 21,80	\$ 21,91	\$ 22,01	\$ 22,12	\$ 22,23
PVP	\$ 9.940,80	\$ 10.409,07	\$ 10.899,40	\$ 11.412,82	\$ 11.950,43
PVP	504	525	547	570	594
INGRESO TRUENO MISTERIOSO	\$ 25,00	\$ 25,12	\$ 25,25	\$ 25,37	\$ 25,49
PVP	\$12.600,00	\$13.193,53	\$13.815,03	\$14.465,79	\$15.147,22
PVP	636	663	691	720	750
INGRESO MISTERIOSO JUPITER	\$ 25,00	\$ 25,12	\$ 25,25	\$ 25,37	\$ 25,49
PVP	\$ 15.900,00	\$ 16.648,98	\$ 17.433,25	\$ 18.254,45	\$ 19.114,34
PVP	252	263	274	285	297
INGRESO JUPITER TONGA ANDALUZ	\$ 26,00	\$ 26,13	\$ 26,26	\$ 26,38	\$ 26,51
PVP	\$ 6.552,00	\$ 6.860,64	\$ 7.183,81	\$ 7.522,21	\$ 7.876,55
PVP	288	300	313	326	340
INGRESO TONGA ANDALUZ RELAMPAGO	\$ 21,99	\$ 22,10	\$ 22,21	\$ 22,31	\$ 22,42
PVP	\$ 6.333,12	\$ 6.631,45	\$ 6.943,83	\$ 7.270,92	\$ 7.613,42
PVP	300	313	326	339	354
INGRESO RELAMPAGO CONDE	\$ 21,99	\$ 22,10	\$ 22,21	\$ 22,31	\$ 22,42
PVP	\$ 6.597,00	\$ 6.907,76	\$ 7.233,15	\$ 7.573,88	\$ 7.930,65
PVP	672	700	730	760	792
INGRESO CONDE PODEROSO	\$ 21,99	\$ 22,10	\$ 22,21	\$ 22,31	\$ 22,42
PVP	\$ 14.777,28	\$ 15.473,38	\$ 16.202,26	\$ 16.965,48	\$ 17.764,65
PVP	384	400	417	434	453
INGRESO A LO SALVAJE	\$ 25,00	\$ 25,12	\$ 25,25	\$ 25,37	\$ 25,49
PVP	\$ 9.600,00	\$ 10.052,22	\$ 10.525,73	\$ 11.021,56	\$ 11.540,74

MOJITO	276	288	300	312	325
PVP	\$ 24,00	\$ 24,12	\$ 24,24	\$ 24,35	\$ 24,47
INGRESO MOJITO	\$ 6.624,00	\$ 6.936,03	\$ 7.262,76	\$ 7.604,87	\$ 7.963,11
PIÑA COLADA	624	650	678	706	736
PVP	\$ 23,00	\$ 23,11	\$ 23,23	\$ 23,34	\$ 23,45
INGRESO PIÑA COLADA	\$ 14.352,00	\$ 15.028,06	\$ 15.735,97	\$ 16.477,23	\$ 17.253,40
CAIPÍRIÑA	384	400	417	434	453
PVP	\$ 23,00	\$ 23,11	\$ 23,23	\$ 23,34	\$ 23,45
INGRESO CAIPIRIÑA	\$ 8.832,00	\$ 9.248,04	\$ 9.683,67	\$ 10.139,83	\$ 10.617,48
MISTICA	432	450	469	489	509
PVP	\$ 23,00	\$ 23,11	\$ 23,23	\$ 23,34	\$ 23,45
INGRESO MSITICA	\$ 9.936,00	\$ 10.404,04	\$ 10.894,13	\$ 11.407,31	\$ 11.944,66
ATARDECER EN EL MAR	456	475	495	516	538
PVP	\$ 23,00	\$ 23,11	\$ 23,23	\$ 23,34	\$ 23,45
INGRESO ATARDECER EN EL MAR	\$ 10.488,00	\$ 10.982,05	\$ 11.499,36	\$ 12.041,05	\$ 12.608,25
FRESCURA CAMPESTRE	372	388	404	421	439
PVP	\$ 23,00	\$ 23,11	\$ 23,23	\$ 23,34	\$ 23,45
INGRESO FRESCURA CAMPESTRE	\$ 8.556,00	\$ 8.959,04	\$ 9.381,06	\$ 9.822,96	\$ 10.285,68
HAMBURGUESA RANCHERA	384	400	417	434	453
PVP	\$ 23,00	\$ 23,11	\$ 23,23	\$ 23,34	\$ 23,45
INGRESO HAMBURGUESA RANCHERA	\$ 8.832,00	\$ 9.248,04	\$ 9.683,67	\$ 10.139,83	\$ 10.617,48
HAMBURGUESA MAR Y TIERRA	336	350	365	380	396
PVP	\$ 24,00	\$ 24,12	\$ 24,24	\$ 24,35	\$ 24,47
INGRESO HAMBURGESA MAR Y TIERRA	\$ 8.064,00	\$ 8.443,86	\$ 8.841,62	\$ 9.258,11	\$ 9.694,22
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>\$ 254.152,20</b>	<b>\$ 266.124,24</b>	<b>\$ 278.660,24</b>	<b>\$ 291.786,75</b>	<b>\$ 305.531,60</b>

**Tabla 3:** Proyección de costo unitario

**COMIDA GOURMET**

	A LO													TONGA
DESCRIPCIÓN	SALVAJE	JUCALE	TROYAL	SPIRIT	GALANTE	AMBISIOSO	PICARO	VALENTIN	TROVADOR	EMBAJADOR	TRUENO	MISTERIOSO	JUPITER	ANDALUZ
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 6,00	\$ 2,00	\$ 3,00	\$ 2,00	\$ 0,75	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	\$ 26,99	\$ 22,99	\$ 23,99	\$ 22,99	\$ 21,74	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99
PVP	\$ 29,00	\$ 27,00	\$ 24,00	\$ 25,00	\$ 22,00	23,00	24,00	25,00	23,00	21,80	25,00	25,00	26,00	21,99
<b>% UTILIDAD</b>	<b>7,47%</b>	<b>17,47%</b>	<b>0,06%</b>	<b>8,77%</b>	<b>1,22%</b>	<b>4,62%</b>	<b>9,16%</b>	<b>13,71%</b>	<b>4,62%</b>	<b>-0,84%</b>	<b>13,71%</b>	<b>13,71%</b>	<b>18,26%</b>	<b>0,02%</b>

RELAMPAGO	CONDE	HAMBURGUESA RANCHERA	HAMBURGUESA MAR Y TIERRA
\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99
\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99
21,99	21,99	23,00	24,00
<b>0,02%</b>	<b>0,02%</b>	<b>4,62%</b>	<b>9,16%</b>

## BEBIDAS

PODEROSO	MOJITO	PIÑA COLADA	CAIPÍRIÑA	MISTICA	ATARDECER EN EL MAR	FRESCURA CAMPESTRE
\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00
\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99	\$ 20,99
\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99	\$ 21,99
25,00	24,00	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00
<b>13,71%</b>	<b>9,16%</b>	<b>4,62%</b>	<b>4,62%</b>	<b>4,62%</b>	<b>4,62%</b>	<b>4,62%</b>

## 8.2 Estructuras de costos y gastos

Para calcular nuestros costos que serán por las unidades de platos vendidos se tomarán en cuenta las siguientes condiciones. Los costos por unidad de cada plato del menú que es igual al costo de los ingredientes utilizados serán calculados por la suma de los valores unitarios de los ingredientes de cada plato (plato, pescado, carne, pollo, entre otros).

Estos costos podrían ser aumentados periódicamente debido a la inflación que puede existir, es decir el incremento en ciertos productos por subida de precios que suelen suceder por ciertos periodos.

Con respecto a los costos a continuación se detalla mediante un cuadro costos generales y administrativos, los cuales fueron calculados mensual y anualmente.

**Tabla 4:** Estructura de costo total

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 100.865,75	\$ 104.275,01	\$ 107.799,51	\$ 111.443,13	\$ 115.209,91
COSTO FIJO TOTAL	\$ 44.069,08	\$ 45.558,61	\$ 47.098,49	\$ 48.690,42	\$ 50.336,16
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 144.934,83</b>	<b>\$ 149.833,62</b>	<b>\$ 154.898,00</b>	<b>\$ 160.133,55</b>	<b>\$ 165.546,07</b>
INGRESO TOTAL	\$ 254.152,20	\$ 266.124,24	\$ 278.660,24	\$ 291.786,75	\$ 305.531,60
<b>% UTILIDAD</b>	<b>75,36%</b>	<b>77,61%</b>	<b>79,90%</b>	<b>82,21%</b>	<b>84,56%</b>

**Tabla 5:** Salario

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO</b>	<b>13ro</b>	<b>14to</b>	<b>APORTE PATRONAL</b>	<b>F. RESERVA</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>SUELDO Y BENEFICIOS</b>	<b>GASTO MENSUAL</b>
Cajero	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 32,83	\$ 51,64	\$ 0,00	\$ 17,71	\$ 562,60	\$ 562,60
Personal de limpieza	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 32,83	\$ 51,64	\$ 0,00	\$ 17,71	\$ 562,60	\$ 562,60
personal de cocina	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 32,83	\$ 51,64	\$ 0,00	\$ 17,71	\$ 562,60	\$ 562,60
mesero	2	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 32,83	\$ 51,64	\$ 0,00	\$ 17,71	\$ 562,60	\$ 1.125,19
administrador	1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 32,83	\$ 51,64	\$ 0,00	\$ 17,71	\$ 562,60	\$ 562,60
Gerente	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 32,83	\$ 60,75	\$ 0,00	\$ 20,83	\$ 656,08	\$ 656,08
<b>GASTO SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>6</b>	<b>\$ 2.625,00</b>	<b>\$ 218,75</b>	<b>\$ 197,00</b>	<b>\$ 318,94</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 88,54</b>	<b>\$ 3.469,06</b>	<b>\$ 3.469,06</b>

En la tabla 5 se puede observar los variados sueldos que se subsidian a los colaboradores de la empresa, estos roles de pago están elaborados dependiendo del cargo y ocupación de cada individuo, conjunto al decimotercer sueldo, decimocuarto sueldo, aporte patronal, fondos de reservas y vacaciones siendo beneficios que el empleador debe acatar como obligación, destacando finalmente el gasto mensual que realiza la empresa.

**Tabla 6:** Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>GASTO MENSUAL</b>
<b>DESCRIPCIÓN</b>	
Agua	\$ 20,00
Energía eléctrica	\$ 40,00
Teléfono celular	\$ 7,00
<b>GASTO SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>\$ 67,00</b>

Se puede apreciar en la tabla 48 la descripción y el valor de los servicios básicos que tendrá que asumir la empresa para poder llevar todos sus procesos de producción con éxito.

**Tabla 7:** Resumen de gastos

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 3.469,06	\$ 41.628,75	\$ 43.035,80	\$ 44.490,41	\$ 45.994,19	\$ 47.548,79
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 67,00	\$ 804,00	\$ 831,18	\$ 859,27	\$ 888,31	\$ 918,34
GASTO COMBUSTIBLE		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GASTO TRANSPORTE	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 248,11	\$ 256,50	\$ 265,17	\$ 274,13
GASTO ARRIENDO	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 8.683,92	\$ 8.977,44	\$ 9.280,87	\$ 9.594,57
GASTO PUBLICIDAD	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 992,45	\$ 1.025,99	\$ 1.060,67	\$ 1.096,52
OTROS GASTOS		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>SUBTOTAL GASTOS</b>	\$ 3.636,06	\$ 43.632,75	\$ 45.107,54	\$ 46.632,17	\$ 48.208,34	\$ 49.837,78
% IMPREVISTOS	1%					
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	\$ 4.836,69	\$ 58.040,24	\$ 60.002,00	\$ 62.030,06	\$ 64.126,68	\$ 66.294,16
<b>COSTO FIJO UNITARIO</b>		\$ 20,99	\$ 20,82	\$ 20,66	\$ 20,49	\$ 20,33

En la tabla 7 se aprecian los gastos totales de la empresa en la cual se desglosan los diferentes pagos que debe realizar de manera mensual y continuamente se ostentan los periodos de años el valor que está proyectado a pagar, como son los sueldos a los trabajadores, servicios básicos, el transporte para ir a comprar la materia prima, la publicidad para la empresa y obtener potenciales clientes.

**Tabla 8:** Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	PREVISIÓN	TOTAL	
		MES	TOTAL
MATERIA PRIMA	1	\$ 8.405,48	\$ 8.405,48
GASTOS	1	\$ 3.672,42	\$ 3.672,42
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>1</b>	<b>\$ 12.077,90</b>	<b>\$ 12.077,90</b>

Inversión de capital de trabajo: Es el monto que estará disponible en la caja y que será destinado para la compra de la materia prima que servirá para la elaboración de los platos del menú, gastos administrativos, pagos varios y otros gastos generales que pueda necesitar el negocio. Por la cual realizando un bosquejo de los productos que se necesitan para la elaboración de la variedad de productos

#### **8.4 Plan de inversión**

Hace énfasis a las inversiones para la implementación del restaurante de comida Gourmet que corresponde a: inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo.

Inversión fija: inversión en la compra de mesas, sillas, utensilios de cocina y la inversión de estos enseres. A continuación, se muestra un detalle con la cantidad y valor correspondiente de la inversión fija necesaria para la creación del restaurante.

**Tabla 9:** plan de inversión

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 12.077,90						\$ 12.077,90	16,62%
<b>ACTIVO FIJO</b>	\$ 60.225,00						\$ 60.225,00	82,86%
EDIFICIO	\$ 200,00						\$ 200,00	
VEHICULO							\$ 0,00	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 28.780,00						\$ 28.780,00	
HERRAMIENTAS	\$ 27.908,00						\$ 27.908,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2.167,00						\$ 2.167,00	
EQUIPOS DE OFICINA							\$ 0,00	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.110,00						\$ 1.110,00	
TERRENO							\$ 0,00	
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 60,00						\$ 60,00	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	\$ 80,00						\$ 80,00	0,11%
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 80,00						\$ 80,00	
<b>OTROS ACTIVOS</b>	\$ 300,00						\$ 300,00	0,41%
MARCAS Y PATENTES	\$ 300,00						\$ 300,00	
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla 10:** Financiamiento

FINANCIAMIENTO DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	FUENTE		
		PROPIA	DONACIÓN	PRÉSTAMO
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 12.077,90			\$ 12.077,90
<b>ACTIVO FIJO</b>	\$ 60.225,00		\$ 0,00	\$ 60.225,00
EDIFICIO	\$ 200,00			\$ 200,00
VEHICULO	\$ 0,00			\$ 0,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 28.780,00			\$ 28.780,00
HERRAMIENTAS	\$ 27.908,00			\$ 27.908,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2.167,00			\$ 2.167,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 0,00			\$ 0,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.110,00			\$ 1.110,00
TERRENO	\$ 0,00			\$ 0,00
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 60,00			\$ 60,00
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	\$ 80,00		\$ 0,00	\$ 80,00
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 80,00			\$ 80,00
<b>OTROS ACTIVOS</b>	\$ 300,00		\$ 0,00	\$ 300,00
MARCAS Y PATENTES	\$ 300,00			\$ 300,00
<b>FINANCIAMIENTO TOTAL</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 72.682,90</b>
<b>% PARTICIPACIÓN</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla11:** Inversión total

DESCRIPCIÓN	% PARTICIPACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO	16,62%
ACTIVO FIJO	82,86%
ACTIVO DIFERIDO	0,11%
OTROS ACTIVOS	0,41%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla 12:** Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
DESCRIPCIÓN	% PARTICIPACIÓN
PROPIA	0,00%
DONACIÓN	0,00%
PRÉSTAMO	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla 13:** Resumen de tabal de amortización

<b>No.</b>	<b>CAPITAL INSOLUTO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>
1	\$ 72.682,90	\$ 19.820,48	\$ 92.503,38	\$ 72.682,90
2	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
3	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
4	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
5	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 19.820,48</b>	<b>\$ 92.503,38</b>	<b>\$ 72.682,90</b>

### **8.5 Líneas de financiamiento**

Las inversiones iniciales se financiarán el 100% vía capital propio, es decir, que la inversión que se realizará para abrir el restaurante de comida gourmet es de \$72.682,90 dólares, no se necesitará de un préstamo.

### **8.6 Flujo de caja proyectado (5 años)**

El flujo de caja que se proyecta para el presente emprendimiento de un restaurante de comida gourmet se toma en cuenta egresos e ingresos que tendrá el negocio a lo largo del tiempo en que se proyecta el negocio (Rodríguez, 2005)

Los ingresos se basarán en las ventas de los platos que se venderá en el mes multiplicándolo por 12 meses, mediante el estudio de mercado se estima que en el primer mes se obtenga ganancias que ronde o sobrepase los 2.500 dólares mensuales. Por otro lado, en los egresos hace referencia a los gastos que tendrá el negocio a corto plazo, en la cual se basará en servicios básicos, pagos a los colaboradores, materia prima y utensilios de cocina y pagos varios. A continuación, se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años.

**Tabla 14:** Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FUENTES</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 254.152,20</b>	<b>\$ 266.124,24</b>	<b>\$ 278.660,24</b>	<b>\$ 291.786,75</b>	<b>\$ 305.531,60</b>
VENTAS		\$ 254.152,20	\$ 266.124,24	\$ 278.660,24	\$ 291.786,75	\$ 305.531,60
APORTE DE CAPITAL	\$ 0,00					
PRÉSTAMO	\$ 72.682,90					
<b>USOS</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 266.455,60</b>	<b>\$ 188.599,99</b>	<b>\$ 196.383,70</b>	<b>\$ 204.741,57</b>	<b>\$ 213.174,56</b>
<b>PARA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 12.077,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ACTIVO FIJO	\$ 60.225,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 80,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
OTROS ACTIVOS	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>PARA COSTOS Y GASTOS</b>		<b>\$ 266.455,60</b>	<b>\$ 188.599,99</b>	<b>\$ 196.383,70</b>	<b>\$ 204.741,57</b>	<b>\$ 213.174,56</b>
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 100.865,75	\$ 104.275,01	\$ 107.799,51	\$ 111.443,13	\$ 115.209,91
GASTO SUELDOS Y SALARIOS		\$ 41.628,75	\$ 43.035,80	\$ 44.490,41	\$ 45.994,19	\$ 47.548,79
GASTO SERVICIOS BÁSICOS		\$ 804,00	\$ 831,18	\$ 859,27	\$ 888,31	\$ 918,34
GASTO COMBUSTIBLE		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GASTO TRANSPORTE		\$ 240,00	\$ 248,11	\$ 256,50	\$ 265,17	\$ 274,13
GASTO ARRIENDO		\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 8.683,92	\$ 8.977,44	\$ 9.280,87
GASTO PUBLICIDAD		\$ 960,00	\$ 992,45	\$ 1.025,99	\$ 1.060,67	\$ 1.096,52
OTROS GASTOS		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GASTO IMPREVISTOS		\$ 436,33	\$ 451,08	\$ 466,32	\$ 482,08	\$ 498,38
GASTO FINANCIERO		\$ 19.820,48	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
15% EMPLEADOS		\$ 12.007,19	\$ 16.041,25	\$ 17.166,50	\$ 18.458,49	\$ 19.708,34
IMPUESTO A LA RENTA 25%		\$ 17.010,19	\$ 22.725,11	\$ 24.319,20	\$ 26.149,53	\$ 27.920,15
PAGO DE CAPITAL PRÉSTAMO		\$ 72.682,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>-\$ 12.303,40</b>	<b>\$ 77.524,26</b>	<b>\$ 82.276,54</b>	<b>\$ 87.045,18</b>	<b>\$ 92.357,04</b>
EFECTIVO INICIAL	\$ 12.077,90	\$ 12.077,90	-\$ 225,49	\$ 77.298,76	\$ 159.575,30	\$ 246.620,48
<b>EFECTIVO FINAL</b>	<b>\$ 12.077,90</b>	<b>-\$ 225,49</b>	<b>\$ 77.298,76</b>	<b>\$ 159.575,30</b>	<b>\$ 246.620,48</b>	<b>\$ 338.977,53</b>

## 8.7 Estados de resultado proyectado (5 años)

A través del gráfico mostrado anteriormente mediante los resultados de egresos e ingresos que se pueden proyectar durante 5 años posteriores, nos damos cuenta de que tendremos una utilidad favorable alcanzando para cancelar a los colaboradores en todo el periodo del flujo y por supuesto dejando ganancias favorables tanto mensuales como anuales, lo cual hace que el proyecto sea atractivo y beneficioso.

**Tabla 15:** Estado de resultado

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b><u>AÑO 1</u></b>	<b><u>AÑO 2</u></b>	<b><u>AÑO 3</u></b>	<b><u>AÑO 4</u></b>	<b><u>AÑO 5</u></b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 254.152,20</b>	<b>\$ 266.124,24</b>	<b>\$ 278.660,24</b>	<b>\$ 291.786,75</b>	<b>\$ 305.531,60</b>
VENTAS	\$ 254.152,20	\$ 266.124,24	\$ 278.660,24	\$ 291.786,75	\$ 305.531,60
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 154.283,76</b>	<b>\$ 159.182,56</b>	<b>\$ 164.216,93</b>	<b>\$ 168.730,15</b>	<b>\$ 174.142,67</b>
COSTO VARIABLE TOTAL	\$ 100.865,75	\$ 104.275,01	\$ 107.799,51	\$ 111.443,13	\$ 115.209,91
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 41.628,75	\$ 43.035,80	\$ 44.490,41	\$ 45.994,19	\$ 47.548,79
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 804,00	\$ 831,18	\$ 859,27	\$ 888,31	\$ 918,34
GASTO COMBUSTIBLE	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GASTO TRANSPORTE	\$ 240,00	\$ 248,11	\$ 256,50	\$ 265,17	\$ 274,13
GASTO ARRIENDO	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 8.683,92	\$ 8.977,44	\$ 9.280,87
GASTO PUBLICIDAD	\$ 960,00	\$ 992,45	\$ 1.025,99	\$ 1.060,67	\$ 1.096,52
OTROS GASTOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GASTO IMPREVISTOS	\$ 436,33	\$ 451,08	\$ 466,32	\$ 482,08	\$ 498,38
GASTO DEPRECIACIÓN	\$ 9.332,93	\$ 9.332,93	\$ 9.302,93	\$ 8.580,60	\$ 8.580,60
GASTO AMORTIZACION	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
<b>UTILIDAD/PERDIDA OPERATIVA</b>	<b>\$ 99.868,44</b>	<b>\$ 106.941,68</b>	<b>\$ 114.443,30</b>	<b>\$ 123.056,60</b>	<b>\$ 131.388,93</b>
GASTO FINANCIERO	\$ 19.820,48	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>UTILIDAD/PERDIDA BRUTA</b>	<b>\$ 80.047,96</b>	<b>\$ 106.941,68</b>	<b>\$ 114.443,30</b>	<b>\$ 123.056,60</b>	<b>\$ 131.388,93</b>
15% EMPLEADOS	\$ 12.007,19	\$ 16.041,25	\$ 17.166,50	\$ 18.458,49	\$ 19.708,34
IMPUESTO A LA RENTA 25%	\$ 17.010,19	\$ 22.725,11	\$ 24.319,20	\$ 26.149,53	\$ 27.920,15
<b>UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 51.030,57</b>	<b>\$ 68.175,32</b>	<b>\$ 72.957,61</b>	<b>\$ 78.448,58</b>	<b>\$ 83.760,44</b>

**Tabla 16:** Estado de situación financiera proyectado (5 años)

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
	0					
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 73.753,17</b>	<b>\$ 142.599,07</b>	<b>\$ 215.777,81</b>	<b>\$ 294.495,91</b>	<b>\$ 378.397,21</b>
<b>CORRIENTE</b>	<b>\$ 12.077,90</b>	<b>\$ 22.497,11</b>	<b>\$ 100.691,93</b>	<b>\$ 183.189,61</b>	<b>\$ 270.504,31</b>	<b>\$ 363.002,21</b>
CAJA/BANCOS	\$ 12.077,90	\$ 22.497,11	\$ 100.691,93	\$ 183.189,61	\$ 270.504,31	\$ 363.002,21
<b>FIJO</b>	<b>\$ 60.225,00</b>	<b>\$ 50.892,07</b>	<b>\$ 41.559,13</b>	<b>\$ 32.256,20</b>	<b>\$ 23.675,60</b>	<b>\$ 15.095,00</b>
EDIFICIO	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
DEP. AC. EDIFICIO		-\$ 10,00	-\$ 20,00	-\$ 30,00	-\$ 40,00	-\$ 50,00
VEHICULO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DEP. AC. VEHICULO		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 28.780,00	\$ 28.780,00	\$ 28.780,00	\$ 28.780,00	\$ 28.780,00	\$ 28.780,00
DEP. AC. MAQUINARIA Y EQUIPOS		-\$ 2.878,00	-\$ 5.756,00	-\$ 8.634,00	-\$ 11.512,00	-\$ 14.390,00
HERRAMIENTAS	\$ 27.908,00	\$ 27.908,00	\$ 27.908,00	\$ 27.908,00	\$ 27.908,00	\$ 27.908,00
DEP. AC. HERRAMIENTAS		-\$ 5.581,60	-\$ 11.163,20	-\$ 16.744,80	-\$ 22.326,40	-\$ 27.908,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2.167,00	\$ 2.167,00	\$ 2.167,00	\$ 2.167,00	\$ 2.167,00	\$ 2.167,00
DEP. AC. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		-\$ 722,33	-\$ 1.444,67	-\$ 2.167,00	-\$ 2.167,00	-\$ 2.167,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DEP. AC. EQUIPOS DE OFICINA		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.110,00	\$ 1.110,00	\$ 1.110,00	\$ 1.110,00	\$ 1.110,00	\$ 1.110,00
DEP. AC. MUEBLES Y ENSERES		-\$ 111,00	-\$ 222,00	-\$ 333,00	-\$ 444,00	-\$ 555,00
TERRENO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
DEP. AC. OTROS ACTIVOS FIJOS		-\$ 30,00	-\$ 60,00	-\$ 60,00	-\$ 60,00	-\$ 60,00
<b>DIFERIDO</b>	<b>\$ 80,00</b>	<b>\$ 64,00</b>	<b>\$ 48,00</b>	<b>\$ 32,00</b>	<b>\$ 16,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
GASTO DE CONSTITUCIÓN	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
AMORT. AC. GASTO DE CONSTITUCIÓN		-\$ 16,00	-\$ 32,00	-\$ 48,00	-\$ 64,00	-\$ 80,00
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>
MARCAS Y PATENTES / SOFTWARE	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
<b>PASIVO</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 29.017,39</b>	<b>\$ 38.766,36</b>	<b>\$ 41.485,70</b>	<b>\$ 44.608,02</b>	<b>\$ 47.628,49</b>
<b>PASIVO CORRIENTES</b>	-	-	-	-	-	-
15% EMPLEADOS		12.007,19	16.041,25	17.166,50	18.458,49	19.708,34
IMPUESTO A LA RENTA 25%		17.010,19	22.725,11	24.319,20	26.149,53	27.920,15
<b>PASIVO NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	\$ 72.682,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 51.030,57</b>	<b>\$ 119.205,90</b>	<b>\$ 192.163,50</b>	<b>\$ 270.612,08</b>	<b>\$ 354.372,53</b>
CAPITAL SOCIAL	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD RETENIDA			\$ 51.030,57	\$ 119.205,90	\$ 192.163,50	\$ 270.612,08
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 51.030,57	\$ 68.175,32	\$ 72.957,61	\$ 78.448,58	\$ 83.760,44
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 72.682,90</b>	<b>\$ 80.047,96</b>	<b>\$ 157.972,26</b>	<b>\$ 233.649,20</b>	<b>\$ 315.220,10</b>	<b>\$ 402.001,02</b>

La situación financiera proyectada durante 5 años se evidencia ser positivas, sin presencia deudas para iniciar el emprendimiento, ya que este endeudamiento ocasiona un desequilibrio en el emprendimiento.

**Tabla 17:** Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
DESVENTAJA	-\$ 72.682,90						
VENTAJA	\$ 0,00	-\$ 12.303,40	\$ 77.524,26	\$ 82.276,54	\$ 87.045,18	\$ 92.357,04	
VALOR RESIDUAL						\$ 16.495,00	
FLUJO NETO	-\$ 72.682,90	-\$ 12.303,40	\$ 77.524,26	\$ 82.276,54	\$ 87.045,18	\$ 108.852,04	
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 72.682,90	-\$ 11.701,92	\$ 70.129,65	\$ 70.790,03	\$ 71.231,62	\$ 84.722,10	
		<b>VAN</b>				<b>\$ 212.488,59</b>	
		<b>B/C</b>				<b>3,92350168</b>	
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
DESVENTAJA	-\$ 72.682,90						
VENTAJA	\$ 0,00	\$ 7.517,09	\$ 77.524,26	\$ 82.276,54	\$ 87.045,18	\$ 92.357,04	
VALOR RESIDUAL						\$ 16.495,00	
FLUJO NETO	-\$ 72.682,90	\$ 7.517,09	\$ 77.524,26	\$ 82.276,54	\$ 87.045,18	\$ 108.852,04	
FLUJO ACTUALIZADO	-\$ 72.682,90	\$ 4.570,90	\$ 28.664,40	\$ 18.498,39	\$ 11.900,23	\$ 9.048,98	<b>\$ 0,00 VAN</b>
		<b>TIR</b>				<b>64,46%</b>	

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (AÑOS)

2 AÑOS 1 MESES

## Capítulo IX

### 9. Evaluación financiera

#### 9.1 VAN Y TIR

Vemos que en el cuadro anterior que en todo el transcurso del periodo desde el año 1 al 5 se evidencia valores positivos en el flujo lo cual es favorable para la determinación del VAN y TIR; estos dos términos son dos indicadores financieros que nos permiten analizar, de una forma segura, el posible proyecto de inversión y nos ayudará a disipar con información precisa, esas dudas frecuentes (Ramírez, 2021), en otras palabras el análisis de estos dos términos nos sirve para evaluar si es recomendable o no el proyecto.

En el TIR se puede evidenciar que la inversión que se hará se recupera en tan solo un año, por lo tanto, es conveniente llevar a cabo el presente emprendimiento. Dado que el VAN es mayor a cero y como consecuencia de esto la TIR es mayor a la TMAR nos dice por lo tanto que es conveniente llevar a cabo el proyecto.

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= -A + \frac{Q1}{(1+K)^1} + \frac{Q2}{(1+K)^2} + \frac{Q3}{(1+K)^3} \dots \dots \frac{QN}{(1+K)^n} \\ \text{VAN} &= -72.682,90 + \frac{12.303,40}{(1+0.0514)^1} + \frac{77.524,26}{(1+0.0514)^2} + \frac{82.276,54}{(1+0.0514)^3} \\ &\quad + \frac{87.045,18}{(1+0.0514)^4} + \frac{87.045,18}{(1+0.0514)^5} \\ \text{VAN} &= 212.488,59 \end{aligned}$$

$$TIR = -A + \frac{Q1}{(1 + TIR)^1} + \frac{Q2}{(1 + TIR)^2} + \frac{Q3}{(1 + TIR)^3} \dots \dots \frac{QN}{(1 + TIR)^n} = 0$$

$$TIR = -72.682,90 + \frac{7.517,09}{(1 + 64.47\%)^1} + \frac{77.524,26}{(1 + 64.47\%)^2} + \frac{82.276,54}{(1 + 64.47\%)^3} + \frac{87.045,18}{(1 + 64.47\%)^4} + \frac{92.357,04}{(1 + 64.47\%)^5}$$

$$TIR = 0$$

$$TIR = 64,47 \%$$

## 9.2 Relación beneficio/costo

(Merchán, 2011), señala que la relación costo beneficio es un indicador que permite determinar cuál será la utilidad que se obtendrá con respecto al costo que representa la inversión, se debe considerar los siguientes:

- Una relación B/C > 1, implica que los ingresos totales son mayores a los egresos totales, por lo que el proyecto es aceptable.
- Con una relación B/C < 1, quiere decir que los ingresos totales son menores que los egresos totales, por lo que el proyecto no es aconsejable.
- Si la relación es B/C = 1, significa que los ingresos totales son iguales a los egresos totales por lo que el proyecto es indiferente.

$$(VNA(\text{Tasa de Descuento};(Q1+Q2+Q3+Q4+Q5)))/(-A)$$

$$\frac{VNA(\text{Tasa de Descuento}; (11.701,92 + 70.129,65.42 + 70.790,03 + 71.231,62 + 84.722,10))}{-72.682,90}$$

$$R \frac{B}{C} = 3,92$$

Tomando en cuenta el resultado (3,92 > 1) refleja que el valor de los beneficios es superior en comparación al de los costos por lo que se concluye que el proyecto es factible.

### 9.3 Razones financieras

#### 9.3.1 Liquidez

La liquidez tiene un índice alto, lo cual muestra anteriormente que el restaurante tiene la capacidad de pagar a sus colaboradores, compra de la materia prima y enseres necesario para su elaboración.

#### Relación de liquidez

	Activo
Relación Corriente =	corriente
	Pasivo
	corriente
Relación Corriente =	22.497,11
	\$ 29.017,39
Relación Corriente=	<b>0,77</b>

Como se puede observar el restaurante de acuerdo a los valores calculados puede cubrir con sus activos corrientes 0,77 veces el valor de los pasivos corriente

#### 9.3.2 Endeudamiento

En cuanto al endeudamiento que pueda existir en todo negocio, en el presente emprendimiento por el momento para su apertura no cuenta con deudas o préstamos que ponga en riesgo el negocio.

### 9.3.3 Rentabilidad

La rentabilidad mensual aplicada para esta fórmula permite determinar la rentabilidad neta por venta del restaurante, por supuesto esto depende de la temporalidad del mes habrá meses con buenas ventas como meses con baja demanda. Este indicador muestra la rentabilidad tomando en cuenta los costos a descontar como pagos a los trabajadores, materia prima, servicios básicos, impuestos. En general es una rentabilidad buena.

#### Rendimiento sobre capital

$$\text{Rendimiento sobre capital} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital social}}$$

$$\text{Rendimiento sobre capital} = \frac{51.030,57}{12.077,90}$$

$$\text{Rendimiento sobre capital} = \mathbf{0,86773309}$$

$$\mathbf{87\%}$$

#### Rentabilidad con relación a las ventas

$$\text{Rentabilidad con relación a las ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

Rentabilidad con relación a las ventas=	\$ 51.030,57
	254.152,20

Rentabilidad con relación a las ventas=	0,20078744
---	------------

Como se puede observar mediante la fórmula por cada dólar de venta existe una ganancia neta de 0,20.

## **10. Conclusiones y recomendaciones**

Como se pudo observar en la realización del presente proyecto de emprendimiento de un restaurante de comida gourmet se pudo mostrar un análisis específico de estudio de mercado, de este modo pudimos constatar como el emprendimiento de un restaurante de comida gourmet tiene un amplio mercado a su favor, tomando en cuenta la ubicación en donde se piensa ubicar y la población que se encuentra alrededor debido que estará rodeado de negocios, empresas por lo que se obtendrá buena demanda.

Por supuesto la calidad y servicio al cliente que se brindara constituye que el flujo de ingresos y a corto y a largo plazo sean beneficios, además de su aporte social y medio ambiental que ofrece como apoyo en el entorno en que se desarrolla.

Por último, como conclusión de forma general los estudios realizados de forma preliminar en este emprendimiento, tiene grandes expectativas de ser aceptado dentro del mercado y por supuesto de la población de Manta tomando en cuenta la variedad de productos y el precio accesible, lo cual se ve reflejado en el nivel de ventas proyectadas durante los 5 años, por la cual se puede concluir que el proyecto se muestra muy rentable.

En lo que respecta a recomendaciones debido a la competencia que existe se debería frecuentemente realizar promociones que llamen la atención del cliente, mejorar los servicios y la atención al cliente que son factores primordiales para el crecimiento del negocio.

Por otro lado, periódicamente realizar estudios para conocer que nuevos platos agregar al menú, así como de los precios que debe ser adecuados para llamar la atención de los clientes.

## Bibliografía

Barcia, M. (2013). *.Estudio de factibilidad para la creación de un Restaurante fast-casual en la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].

Candia, B., & Caiozzi, A. (2005). *Intervalos de Confianza* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1771/177116708017.pdf>

El Diario. (2019).

Fernández, S. (2016). *Comida Típica del Ecuador*. Astelus. . Obtenido de <https://astelus.com/comida-tipica-de-ecuador/>

Haro S, & Piacentini M. (2017). *“Diseño del subsistema de previsión y provisión de recursos humanos en concesionaria autocity. Tesis de Pregrado. Universidad de la Defensa Nacional*.

Inec. (2010). *Censo 2010. Ecuador*.

León, R. (2018). Go Raymi. , Manta, Ecuador. . Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/manabi/manta/ciudades/manta-ecuador-ac39baea3#:~:text=Manta%20es%20conocida%20en%20el,lugares%20encontramos%20variados%20restaurantes%20y>

López, C. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida manabita*. Tesis de Pregrado. Universidad Técnica Equinoccial., en el sector norte de Quito.

Luis Balda. (s.f.).

Mendoza, J. (2019). El valor nutricional de los desayunos que se ofertan en la gastronomía típica de la ciudad de Manta. *Revista Polo del conocimiento*, 4 (1),4-10.

- Merchán, P. (2011). *Estudio para la Creación de un Restaurante Poli gastronómico y Multicultural en el Centro Norte de Quito. Tesis de Pregrado. Escuela Politécnica del Ejército. Quito .*
- Ministerio del turismo. (2020). Requisitos para la legitimidad. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/>
- Otzen., & Manterola. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci\\_arttext&tIng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&tIng=pt)
- Porter, M. (1997). *Estrategia Competitiva*. Mexico: Continental, S.A.
- Ramírez, P. (2021). *Van y TIR: Concepto, diferencias y cómo calcularlos. Economía 3*. Obtenido de <https://economia3.com/>
- Rey, G. (2015). *Cocina Gourmet. Pecado Gourmet*. Obtenido de <https://www.pecadogourmet.es/cocina-gourmet/>
- Rodríguez, J. (2005). *Flujo de Caja. Herramienta clave para la toma de decisiones en la microempresa. . Cámara de comercio de Bogotá. .*
- Thompson, I. (2015). *La segmentación del mercado. Promociones net. .* Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>
- Torres, E. R. (2017). *Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. Revista de Comunicación de la SEECI. 44,1-13.*
- Aza, N., Benavides, F., & Jaramillo, R. (2013). *Plan de Negocio Para la Creación de un Restaurante de Comida Rápidas en la Ciudad de Pasto. Tesis de Pregrado. Universidad de Nariño.*
- Cobeña, H. (2013). *Diseño de un restaurante gourmet de comida manabita en el cantón manta, provincia de Manabí. [Tesis de Pregrado. Escuela superior politécnica agropecuaria de Manabí Manuel Félix López].*
- Calderón, J. (2018). *Una introducción al turismo gastronómico del Cantón Manta – Ecuador. Universidad Central del Ecuador.*
- Masero, R. (2016). *El flujo de caja como determinante de la estructura financiera de las empresas españolas. Un análisis en tiempos de crisis. Redalyc.com. 21,141-159*
- Santana, J. (2019). *la oferta gastronómica de restaurantes en manta establece que la población comprendida de un total de 191 restaurante de Manta. Tesis de Pregrado. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.*

Vásquez, E. (2016). *Un mundo de sabores en Manta. El Diario. Obtenido de:*

<https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/507131-un-mundo-de-sabores-en-manta/>

José Manuel Fernández Fernández,. *Planificación de Proyectos orientado a Objetivos: el Método Zopp.*

Rodrigo Varela V.,(2008) *innovación empresarial. arte y ciencia en la creación de empresas. tercera edición. pearson educación de Colombia.ltda.*

## ANEXOS

### Anexo 1

#### **Reportaje de la visión del restaurante de comida gourmet dentro de 5 años**

El día de hoy en la ciudad de Manta se celebra nuestro quinto año de creación del restaurante de comida gourmet que ha captado la atención y el aprecio de la ciudadanía.

Este restaurante de comida gourmet ha logrado una gran acogida y un eco en los cruceros que llegan a Manta, es bastante visitada por los turistas y propios ciudadanos de Manta y es por eso hoy que se festeja sus 5 años de creación se reúnen relevantes líderes de la ciudad de Manta e inclusive del territorio que nos permanecen visitando para gozar de un acto particular que se ha organizado para celebrar dichos 5 años en donde va a intervenir el Alcalde de la localidad, la dueña del negocio, en donde se presentara un programa bastante particular, precioso, cultural, en el cual participaran artistas importantes del cantón Manta.

El restaurante se convirtió en el sitio obligado de encuentros para el desarrollo de ideas políticas, tratar asuntos económicos, empresariales, en donde los ejecutivos de manta se reúnen cada semana para tratar asuntos relevantes, y esto pues que el restaurante cuenta con espacios reservados para que se realicen esta clase de reuniones, además espacios más abiertos para que las familias logren compartir, e inclusive para parejas y que no sean sujetos de miradas indiscretas de todo aquel que se encuentre presente en el restaurante.

Este emprendimiento que inicio como un sueño hoy en día se ha convertido en una gran realidad, se puede decir que en un sueño más cumplido, luego de 5 años de arduo trabajo se ha logrado conseguir un espacio importante en la sociedad, permitiendo ayudar a las personas que laboran con nosotros y hacen parte de la empresa y ellos a su vez ayudar a su familia económicamente.

## Anexo 2

### ENCUESTA

Mi nombre es Angie Yulieth Mero López, estudiante de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí de la facultad de Ciencias Administrativas y los datos requeridos son para el proceso de titulación; su participación es voluntaria y anónima. La información que usted nos proporciona será manejada confidencialmente y en forma global, no existen respuestas correctas o incorrectas.

**1. ¿Usted acostumbra a visitar restaurantes de comida gourmet?**

SI

NO

**2. ¿Con qué frecuencia usted visita restaurantes de comida gourmet?**

Solo fecha

Semanalmente

Quincenal

Mensual

**3. Contando entradas y/o postres. ¿Cuántos platos adquiere usted cuando visita un restaurante de comida gourmet?**

Uno

Entre dos

Mas de tres

**4. ¿De las siguientes características cuál es su preferencia al pedir un plato en un restaurante de comida gourmet?**

Sabor

Comida

Decoración

Ingredientes

Otros

**5. ¿De las siguientes opciones de platos, ¿cuál es de su mayor agrado?**

Entradas

Ensaladas

Fuertes

Postres

Bebidas

Otros

**6. Los platos que actualmente ha consumido en otros restaurantes, ¿han llenado sus expectativas?**

Si

No

**7. ¿Qué tipos de platos de comida gourmet le gustaría degustar?**

Comida rápida

Pastas

A la parrilla

Comida saludable

Asados

Platos tradicionales

Seafood

Otros

**8. Del siguiente rango. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada plato de comida gourmet?**

De \$3 a \$5

De \$6 a \$9

Mas de \$10

**9. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que hubiera en el restaurante?**

Combos familiares

Bebidas gratis

2 x 1

El cumpleaños no paga

Recibe un pase de cortesía

**10. ¿Por qué medio acostumbra a ver publicaciones sobre restaurantes de comida gourmet?**

Redes sociales

Televisión

Radio

Internet

Periódico

Ninguno