

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**Universidad de El Salvador**

*Hacia la libertad por la cultura*

**TRABAJO DE GRADUACION**

**TEMA:**

*“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS QUE CONTRIBUYA A LA APERTURA DEL RESTAURANTE FARO DE LA BAHÍA EN LA PLAZA GALERÍAS DE LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, DURANTE EL PERIODO DEL 2013-2014.”*

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

*LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS*

**PRESENTADO POR:**

*JOSÉ MANUEL MEMBREÑO QUINTANILLA*

*ALEJANDRA MARIBEL RAMOS CASTRO*

*GEMA ASTRID ROMERO GONZALEZ.*

**DOCENTE DIRECTOR:**

*LIC. ARNOLDO ORLANDO SORTO*

*Octubre, 2013*

*SAN MIGUEL*

*EL SALVADOR*

*CENTROAMERICA*

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR**

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

**VICE-RECTOR ACADEMICO**

MASTER ANA MARÍA GLOWER DE ALVARADO

**SECRETARIO GERENAL**

DRA. ANA LETICIA ZA VALETA DE AMAYA

**FISCAL GENERAL**

LIC. FRANCISCO CRUZ LETONA

**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**

**DECANO**

LIC. CRISTÓBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

**VICE-DECANO**

LIC. CARLOS ALEXANDER DÍAZ

**SECRETARIO DE FACULTAD**

LICDO. JORGE ALBERTO ORTEZ HERNANDEZ

**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS**

LICDO. HECTOR BARRERA ARIAS

## **DEDICATORIA**

Quisiéramos dedicar esta tesis a todas esas personas que nos han acompañado durante este largo y duro trayecto, el cual es más que necesario en nuestra formación profesional y que nunca hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de nuestras familias y de Dios. Queremos agradecer a todos nuestros catedráticos por sus enseñanzas y paciencia, a nuestra asesoro por estar con nosotros para que este trabajo sea lo mejor que puede ser y especial agradecimiento al jurado por darnos el último aval y permitirnos acercarnos cada vez a la meta.

*“Nunca consideres el estudio como una obligación sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravillosos mundo del saber”.*

*- Albert Einstein*

## **AGRADECIMIENTOS.**

Le agradezco en primer lugar a Dios todopoderoso por ser mi fortaleza y haberme guiado a lo largo de mi carrera, por haberme acompañado y brindarme una vida llena de aprendizaje, experiencias y sobretodo felicidad.

A mis padres Adriana de Jesús González y Osmel Amílcar Romero por apoyarme de manera incondicional, por confiar en mí en todo momento y brindarme consejos alentadores que iluminaban mi camino en momentos de oscuridad, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida .

A mi hermano Luis Amílcar Romero por enseñarme que con esfuerzo, dedicación y esmero todos los objetivos y metas trazadas pueden lograrse, por esas palabras alentadoras que nunca faltaron y siempre llegaron en el momento ideal.

A todos mis familiares y amigos que de una u otra manera estuvieron pendientes de mí a lo largo de este proceso y me brindaron su apoyo incondicional.

**Gema Astrid Romero González.**

Quiero agradecer en general a todas las personas que me acompañaron en esta larga jornada de mi estudio a las personas que estuvieron, están en el fin y nuevo comienzo de mi vida, por lo que quiero expresar mi gran gratitud, a todos que de alguna manera me han servido de apoyo y han sido testigos del trayecto y culminación de esta etapa.

En primer lugar, agradezco a Dios por ser mi padre que sin él no hubiera tenido las herramientas ni los elementos necesarios para poder empezar esta carrera y haber podido culminarla con éxito, por ser mi apoyo y mi luz en mi tormenta, por poner en mi camino a las personas correctas que me proporcionaron los conocimientos y el apoyo que tuve a lo largo de estos 5 años de estudio.

En segundo lugar agradezco al hombre más bello que existe al que más amo en el mundo a mi padre Willian Estangleis Ramos por ser el mejor hombre, el mejor padre, el mejor amigo, por desvelarse conmigo, por su apoyo económico, moral, físico, sentimental, por su amor, comprensión, paciencia y fortaleza gracias papi que sin usted no hubiera podido empezar ni terminar mi carrera, por ser mi pilar y mi apoyo en todo momento, le agradezco cada consejo y cada regaño que me ha dado ya que estoy segura que sin ninguno de ellos estuviera donde estoy.

Dedico este trabajo y la culminación de mi carrera a la razón principal de mi vida a mi hija Diana Sofía Murga, gracias mi niña por ser mi motor, por ser mi felicidad y ser razón para cumplir todos mis objetivos.

Agradezco grandemente a mi madrecita Maribel Cedillos, gracias por cuidarme, amarme y darme todo tu apoyo durante toda tu vida, porque sin usted no lo hubiera podido lograr, igualmente agradezco a cada uno de mis tíos, Lucy, Tía Ana, Tía Belissa, Nelson, Tía Yani,

a mi abuelo, donde agradezco enormemente por haberme apoyado en cada cosa que necesite y amor que recibí de cada uno de ustedes, quiero expresar mi agradecimiento a mi abuelita Francisca, mi tía Blanca, mi mamá Karla, Silvia, a mis hermanos Eduardo Guzmán, Karla Herrera y Alexandra Rodríguez por ser los mejores hermanos y compartir mi felicidad y estar conmigo en la culminación y nuevo inicio de mi carrera, los amo y saben que siempre tendrán mi apoyo y amor. Igualmente agradecer a mis amigas, y a mi grupo de tesis, a Manuel Membreño que ha sido mi mayor apoyo y estar a mi lado cuando más he necesitado, y por ser importante en mi vida

Agradezco a la universidad por haberme dado la oportunidad de desarrollarme como una profesional, por haberme proporcionado las herramientas para poder crecer académicamente y permitirme culminar mi gran sueño. A mis docentes, que me proporcionaron los conocimientos que hoy en día no tuviera sino hubiese sido por ellos sería la profesional que hoy en día soy, al mismo tiempo y no menos importante finalmente agradezco a mi asesor de tesis a el Lic. Sorto por compartir sus conocimientos, tiempo, y paciencia durante este periodo, por haber ayudado a realizar nuestro trabajo de grado

**Alejandra Maribel Ramos Castro**

El presente trabajo fue realizado bajo la supervisión de Lic. Orlando Sorto, a quien me gustaría expresar un gran profundo agradecimiento, por hacer posible la realización de este estudio, además de agradecer por la paciencia y tiempo que tuvo para que esto saliera de manera exitosa.

A mis padres por darme la vida y a mis hermanos por apoyarme en todo lo que me he propuesto, gracias por su apoyo y por ser el pilar esencial en mi tesis.

A mi madre por ser el apoyo más grande, durante mi educación universitaria, ya que sin ella no hubiera logrado mis metas y sueños. Por ser mí ejemplo a seguir, por enseñarme a seguir aprendiendo todos los días sin importar las circunstancias y el tiempo.

A mi familia, les agradezco por estar siempre conmigo, en mi mente, mi corazón y mis acciones. Ustedes son parte de este sueño ya que el día de hoy se hace realidad.

A mi hijo que es uno de mis motores que me impulsan a ser mejor cada día para que te sientas orgulloso de mi.

A Dios, por brindarme la oportunidad de vivir, por permitirme disfrutar cada momento de mi vida y guiarme por el camino que he trazado para mí.

A mi padre por brindarme su amor, su vida y por apoyarme siempre, no importando que tan lejos este.

A mis hermanos por apoyarme y animarme a lograr este triunfo.

A mis amigos por ser parte de mi vida, de mis momentos tristes y alegres, por apoyarme.

A mis maestros, que compartieron conmigo sus conocimientos para convertirme en un profesional, por su tiempo y dedicación y actividad docente.

Y finalmente a la universidad por ser la herramienta principal que me permitió desarrollarme a lo largo de esta larga etapa.

**José Manuel Membreño Quintanilla**

# INDICE

## Contenido

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.	Situación Problemática.....	1
1.2.	Enunciado del Problema .....	2
1.3.	Justificación .....	3
1.4.	Delimitación De La Investigación. ....	5
2.	MARCOS DE REFERENCIA .....	8
2.1.	Marco Histórico.....	8
2.2.	Marco Teórico. ....	14
2.3.	Marco Normativo .....	21
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
3.1.	Tipo de estudio por realizar .....	30
3.2.	Hipótesis.....	30
3.3.	Operacionalización de hipótesis.....	31
3.4.	Diseño de la investigación.....	34
3.5.	Población y muestra.....	34
	Calculo de la Muestra.....	35
3.6.	Fuentes de obtención de la información. ....	36
3.7.	Procesamiento de la información .....	36
3.8.	Presupuesto de la inversión. ....	37
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	39
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
5.1.	Conclusiones.....	60
5.2.	Recomendaciones .....	63
6.	PROPUESTA .....	65
6.1.	Resumen ejecutivo.....	68
6.2.	Recursos Humanos.....	88
6.3.	Mercadotecnia .....	108

6.4.	Producción.....	135
6.5.	Finanzas.....	158
7.	CONCLUSION Y RECOMENDACIÓN .....	166
7.1.	Conclusión .....	166
7.2.	Recomendaciones .....	167
8.	GLOSARIO.....	170
9.	BIBLIOGRAFIA.....	174

## INTRODUCCION

El concepto comida con especialidad en mariscos es un estilo de alimentación donde se prepara y sirve para consumir en mesa. En El Salvador este tipo de restaurantes son usuales mayormente en zonas costeras y son utilizados como medio de Turismo.

El pescado es un alimento perecedero, es por esta razón por la que en la antigüedad se empleaban diversos métodos simples como el ahumado o al salazón. El proceso que se empleaba en China era muy novedoso se dejaba enmohecer el arroz con *aspergillus oryzae* que tiene un aspecto de polvo verde y se metían los pescados enteros en ánforas bien selladas.

Según evidencia disponible tanto arqueológica como textual, los israelitas consumieron diversas variedades de pescado tanto de agua dulce como de mar. Se han encontrado restos de peces de agua dulce de los ríos Yarkon, Jordán y el Mar de Galilea, e incluyen la tilapia y peces de incubación bucal. Las especies de peces de agua salada descubiertas en las excavaciones incluyen el besugo, el mero, la corvina y la lisa. La mayoría de ellos provienen del Mediterráneo, pero en el período posterior a la Edad de Hierro, algunos provienen del Mar Rojo.

En la Antigua Roma el pescado se consumió principalmente durante la época antigua, y siempre fue un producto más caro que los cortes de carne simples. Tradicionalmente el sushi ha sido considerado un manjar en Japón. El tipo original de sushi, nare-zushi, se desarrolló inicialmente en el sureste de Asia, se diseminó hacia el sur de China antes de ser introducido y expandirse por Japón hacia el siglo VIII el pescado era salado y envuelto en arroz fermentado.

De esta forma en 1910 casi cerca de cuarenta mil japoneses inmigran a Estados Unidos para trabajar en la construcción de las líneas ferroviarias quienes empezaron a ser conocido en California con el sushi.

La Gastronomía en El Salvador es muy popular, sobre todo en las zonas costeras del país. En el país se preparan muchos platos con los mariscos, como por ejemplo las tortas de pescado, que consiste en pescado secado al sol el cual se cubre con huevo; el relleno de pescado, cóctel de concha, camarones, mixto; la sopa mariscada, la cual contiene pescado, camarones, langosta, mejillones, pulpo (en raras ocasiones) y jaiba (especie de cangrejo), estos sabrosos platillos por lo general se encuentran en los comedores de las zonas costeras. Las zonas costeras más populares del país son: La Libertad, La Unión, el Golfo de Fonseca, Roca Sunzal.

Es por ello que la presente investigación se enmarca en el tema una propuesta de un plan de negocios que contribuya a la apertura del restaurante faro de la bahía en la plaza galerías de la ciudad de san miguel, de lo cual a lo largo de la presente investigación se abordaran puntos de mucha importancia para poder llevar a cabo dicho plan de negocios.

La realización del presente trabajo se desglosa de la siguiente manera: en el Capítulo I, se encuentra lo que es el Planteamiento del Problema, el cual consistirá en sintetizar y describir la situación problemática existente, y los objetivos planteados para dicha investigación, así mismo la justificación, es decir el porqué de la investigación.

El Capítulo II, consiste en el Marco de Referencia, el cual describe los antecedentes o Marco Histórico del objeto de estudio, al igual que la base teórica que expresa los conocimientos previos sobre el plan de negocios y situación actual del restaurante.

El Capítulo III, expresará el Diseño de la Metodología de la Investigación, donde se llegará a la determinación que el Método a utilizar es la Investigación Cualitativa, donde la principal base de estudio es una propuesta de un plan de negocios que contribuya a la apertura del restaurante faro de la bahía en la plaza galerías de la ciudad de san miguel.

En el capítulo IV, se reflejarán todos los datos obtenidos por medio de la utilización de las diferentes técnicas investigativas de las que se hará uso en su oportunidad en la búsqueda de las respuestas a las preguntas de investigación que como grupo se plantean. Entre las ya mencionadas técnicas, encontramos la entrevista a profundidad, así como el estudio de casos entre otros, los cuales serán explicados y desarrollados en lo sucesivo.

Luego del sistemático desarrollo de todo lo anterior, al llegar al capítulo V se hará la propuesta del plan de negocios que contribuirá a la apertura del restaurante el faro de la bahía en la ciudad de San Miguel después de una extensa labor investigativa por parte del grupo de trabajo,

**CAPITULO I**

**PLANTEAMIENTO DEL**

**PROBLEMA**



## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

### **1.1. Situación Problemática**

En los últimos tiempos, las nuevas tendencias del mercado de comida en la ciudad de San Miguel se ha orientado a una alimentación saludable y balanceada, el crecimiento y el ritmo de vida que está demandando la ciudad de San Miguel hace que las personas busquen alternativas para su alimentación, esto permite la creación de una alternativa alimenticia, como los es los mariscos, ya que buscan satisfacer estas nuevas demandas del mercado, como medio para llevar salud y sabor. Según estudios realizados por la Dirección General de estadísticas y Censo, muestra que el 46.2% de los habitantes de la ciudad de San Miguel, prefieren deleitar su paladar con marisco.

Los medios de comunicación bombardean constantemente el consumo en restaurantes de comida rápida, este fenómeno provoca una fuerte segmentación en la población, en cuanto a gustos y preferencias.

El inicio de un nuevo negocio puede parecer atractivo cuando se tiene el producto que el mercado necesita, o la ubicación ideal o el servicio de calidad; sin embargo para determinar la oportunidad, se requiere de un análisis que refleje la parte realista del negocio. Esto no solo es beneficioso para quien formula un plan de negocio, es una herramienta útil para atraer la atención de los inversionistas.

La problemática que se identifico es la satisfacción de las necesidades del cliente de obtener un producto de calidad, a menor precio y con menor tiempo de entrega. Estos productos provienen de la bahía de Jiquilisco, dado su origen estos son productos de calidad y a precio accesible, en el cual al cliente se le puede brindar un servicio excepcional y personalizado.



En consecuencia de lo anterior una propuesta de un plan de negocio contribuiría a la apertura de un restaurante cuya especialidad será los mariscos su ubicación se realizara en la plaza Galerías de la ciudad de San Miguel. Para determinar la identificación clara de la oportunidad del negocio, la planeación de actividades, los factores determinantes del éxito, la proyección financiera, entre otros. Además de especificar objetivos, metas, procedimientos, etc. Se deben controlar las actividades como la distribución de los productos, la prestación de servicios, el precio, la promoción, el aspecto financiero y otras actividades relacionadas con la introducción de un nuevo producto.

### **1.2. Enunciado del Problema**

¿De qué manera una propuesta de un plan de negocio contribuiría a la apertura de un restaurante cuya especialidad será los mariscos su ubicación se realizara en la plaza Galerías de la ciudad de San Miguel?



### 1.3. Justificación

Se ha podido observar que actualmente las preferencias alimenticias han sufrido un cambio drástico, los gustos de las personas se inclinan por alimentos saludables y balanceados, y naturales esto hecho abre una oportunidad de negocio, permitiendo incursionar en un nicho de mercado desatendido.

La creación de un plan de negocios es necesaria para el inicio de una aventura empresarial. Este plan representa una herramienta útil para la planeación e implementación de actividades que llevarán a la empresa a un buen funcionamiento.

Existen constantes cambios en el mundo empresarial y de consumo de alimentos, las empresas, por ende deben ofrecer productos y alimentos que sean atractivos a los gustos y preferencias de los clientes.

La tarea de elaborar un plan de negocios es con la necesidad de establecer la factibilidad y probabilidad de éxito del nuevo negocio ofreciendo productos de calidad y únicos en sabor y diversidad de mariscos.

La realización de una Propuesta del Plan de negocio será de gran ayuda. En primer lugar se encuentra la empresa, La formulación del plan de negocios ayudara para conocer la rentabilidad de expansión de un nuevo negocio en una ciudad comercial como lo es San Miguel, en segundo lugar se encuentran los clientes ya que por medio del plan de negocios se descubrirá que tan factible será el establecer un restaurante de marisco según las preferencias de los consumidores, conocer si satisfacemos las necesidades de los clientes ofreciendo alimentos fresco, nutritivos y de buen sabor como los son los mariscos, Como tercer lugar beneficiará a las personas externas a la empresa es decir la sociedad, la salud a través de la alimentación es uno de los retos de la sociedad en general y de cada persona en particular, ya que lo que se ofrece son alimentos frescos y nutritivos es importante que



nuestra sociedad asimile la necesidad de cubrir la recomendación de ingesta mínima de pescados y mariscos para asegurar una dieta sana y equilibrada que favorezca una mejor salud y calidad de vida.

Al mismo tiempo nos beneficiaremos nosotros como investigadores, respondiendo a las inquietudes de factibilidad de un nuevo negocio de marisco en una Ciudad tan comercial como lo es San Miguel y a la Universidad De El Salvador, ya que demuestra el interés en realizar investigaciones que permitan y contribuyan a satisfacer necesidades de la sociedad en aspectos tan fundamentales como lo es la economía de nuestro país con la apertura de negocios nacionales y ofreciendo una nueva propuesta de alimentación sana y de calidad, a los clientes potenciales, consumidores, etc.



## **1.4. Delimitación De La Investigación.**

### **Delimitación Espacial:**

La investigación será realizada en Restaurante Faro de la Bahía, La investigación será realizada en Restaurante Faro de la Bahía, 1ª avenida sur, Barrio la aduana, 2ª planta Ranchón el malecón, Puerto El Triunfo, Usulután. Como también se tomara en cuenta el área donde se localizara el nuevo negocio en San Miguel.

### **Delimitación Temporal:**

El objeto de la investigación tomará como punto de partida el mes de Febrero de dos mil trece hasta la finalización del mes de Noviembre de dos mil trece, por considerar ser un periodo que permitirá establecer los objetivos planteados.

### **Alcances.**

- ❖ En este proyecto se harán análisis económicos-financieros, operacional y de marketing
- ❖ El modelo de negocios permitirá que se penetre a un mercado que se encuentra desatendido.
- ❖ Este proyecto verificara la factibilidad de ejecutar la apertura del restaurante.

### **Limitaciones.**

- ❖ La aplicación del plan de negocios será cuestión del tomador de decisiones.
- ❖ El modelo del plan negocios propuesto podría tener costos fijos muy altos.



- ❖ La presente tesis solo es un plan de negocios y no puede simular el todo de la realidad.
- ❖ El mercado podría no estar listo para una propuesta de alimentos de mariscos y no podría ser aceptado por el consumidor.

**CAPITULO II**

**MARCOS DE**

**REFERENCIA**



## **2. Marcos de Referencia**

### **2.1. Marco Histórico.**

#### **Restaurantes:**

Se entiende por restaurante un lugar donde se ofrece un menú, se presta servicio y atención de calidad dentro de una atmosfera agradable.

Antiguamente, el hombre vivía de una rudimentaria agricultura de una limitada caza y de la recolección de frutos silvestres. Los aderezaba a lo rustico, ya que apenas conocía el fuego, desde entonces se crea el arte culinario y se escoge muy bien sus alimentos. A partir de 1800 se comenzó a ser popular el comer fuera de casa, por comodidad.

La cualidad que caracterizaba a los restaurantes de comida rápida en los años 20's no era la comida que servían sino como la servían. La comida rápida nace en los Estados Unidos, en Wichita, Kansas, con la hamburguesa. La industria de la comida rápida tuvo su apogeo luego de la Segunda Guerra Mundial. El nombre de los restaurantes de comida rápida surge bajo la idea de que algunos empresarios de restaurantes tenían sobre el servicio el cual consistía en llevar a sus clientes las hamburguesas para comerlas adentro de sus carros, así el cliente no tenía la necesidad de bajarse.

A nivel mundial, las costumbres de cada país se han respetado a pesar que se cuentan con cadenas de restaurantes internacionales. Dichos restaurantes tienden a tropicalizar tanto sus alimentos como los servicios que ofrecen, para que estos se acomoden a las necesidades de sus clientes.

En el Salvador, los restaurantes de comida rápida se caracterizan por tener un servicio informal en donde se ordena, se paga, se recibe la orden de la compra, y se come.



Además de poder consumir el producto dentro del restaurante, estos ofrecen el producto para llevar y la tercera modalidad que ofrecen es el servicio a domicilio.

En el Salvador al igual que cualquier país del resto del mundo el servicio de restaurantes aparece para satisfacer la necesidad de las personas de ingerir sus alimentos fuera de casa.

En el año 1963 aparecen en San Salvador los primeros carritos ambulantes de comida que vendían tortas, hamburguesas y hot dog. Año con año han crecido la instalación de franquicias en nuestro país.

Pero aun así los restaurantes que ofrecen comida con especialidades en Aves, Carnes y Mariscos poseen una gran preferencia ya que se han establecido por sus clientes en gran parte de los consumidores por las exigencias de estos, satisfaciendo gustos de comida casera, ambiente agradable y hogareño y sabores con los cuales ellos se sientan identificados.

Entre las comidas que más han crecido por su fuerte demanda están los mariscos, las carnes y las comidas típicas. Actualmente en el País existen diversos grupos de restaurantes con un mercado de clientes exclusivos que se especializan en la preparación de comidas nacionales. Los restaurantes de comidas nacionales son visitados frecuentemente por salvadoreños y en su mayoría están ubicados en las categorías de pequeños y medianos.

### **Plan de negocios:**

Un plan de negocios busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que todo empresario, todo inversionista, todo financista, todo proveedor, todo comprador, desea resolver, qué es y en qué consiste la empresa, quiénes



dirigirán la empresa, cuáles son las causas y las razones para creer en el éxito empresarial, cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas, qué recursos se requieren para llevar a cabo la empresa y qué estrategias se va a usar para conseguirlos. <sup>1</sup>

“Un plan de negocios es un documento fundamental para el empresario, tanto para una gran compañía como para una pequeña”

Es importante de la misma forma tener en cuenta lo siguiente:

- ❖ El tipo o clase: (Fino o Gourmet, de llevar o comedor pequeño, familiar, Restaurante de hotel, Bistró, bar, de comida rápida, etc.)
- ❖ El Local.( Tamaño)
- ❖ Número de mesas y asientos.
- ❖ Número de empleados.
- ❖ Comidas que sirven.
- ❖ Promedio de cuenta por comida.
- ❖ Tipo de propiedad. (Manejado por su dueño, de propiedad del chef, Franquicia, cadena).
- ❖ Promedio de edad de los clientes.
- ❖ Promociones y eventos.

Simultáneamente, se debe realizar un estudio detallado en donde se analicen los siguientes aspectos: Análisis del área en cuestión, Perfil Demográfico, Perfil Económico, Análisis de la competencia, Perfil Industrial y Turístico, Estrategia de Marketing, También es de vital importancia los planes contar con un Plan Comercial, y un Plan Operacional.

---

<sup>1</sup> Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas, Tercera Edición



Otra parte fundamental de todo plan de negocios, es la parte Financiera, es por esto que se explicará en detalle las partes fundamentales, para el buen manejo de un plan financiero, este comprende dos partes fundamentales: un presupuesto de capital y un estado de pérdidas y ganancias proyectado, o sea es necesario mostrar qué cantidad de dinero es necesaria para la puesta en marcha del restaurante, y de la misma forma mostrar cómo el negocio generará suficientes ingresos para poder pagar las deudas de las inversiones incurridas.

En ésta, se contemplará: El presupuesto de capital, Los Costos fijos, Costos de Personal, Estados Financieros; y luego de haber examinado todos los puntos, se empezará con la puesta en marcha del mismo<sup>2</sup>

### **Historia de Restaurante Faro de la Bahía:**

El Restaurante Faro de la Bahía es una empresa dedicada a la elaboración de platillos de exquisita calidad, la cual es garantizada por la calidad de la materia prima y de los procesos de producción empleados por el personal que cuenta con una vasta experiencia.

Asimismo, se caracteriza por succulentas innovaciones que satisfacen los más exigentes paladares, logrando la lealtad de parte de los clientes.

La variedad de platillos y nuestro excelente servicio al cliente nos proporcionan una ventaja competitiva, que garantiza un ambiente agradable, placentero y entretenido. Ofreciendo una alternativa diferente.

---

<sup>2</sup> Cómo Iniciar y Administrar un Restaurante, Brian Cooper , Brian Floody, Gina Mc Nelly, Grupo Editorial Norma 2002.



Todo esto ha permitido obtener un reconocido prestigio y una gran aceptación entre los clientes que visitan el restaurante. Es por ello que se pretende incursionar en el mercado migueloño.

Restaurante El Faro de la Bahía, nace como una iniciativa de la propietaria Osiris Amelia Baires Corleto con el apoyo de la Alcaldía Municipal de Puerto El Triunfo; se construye un centro turístico denominado Ranchón El Malecón con el objetivo de llevar desarrollo económico y social a este municipio. Posteriormente, llega a Puerto El triunfo el proyecto denominado ASDETUR impulsado por la Organización sin fines de lucro “Ayuda en Acción”, quienes contribuyeron en la capacitación del personal en atención al cliente y buenas prácticas de manufactura. Con esto se generó un gran impulso a los restaurantes de la localidad.

Como resultado del trabajo de “Ayuda en Acción”, El Faro de la Bahía logro identificarse como uno de los mejores restaurantes de la zona, desarrollándose cada vez más en el quehacer diario de sus operaciones.

Actualmente, el Restaurante El Faro de la Bahía desea ampliar sus operaciones incursionando en nuevos mercados aperturando sucursales en localidades con potencial comercial.



---

**Sistema de Servicio de comida:**

Restaurante Faro de la Bahía tiene un sistema convencional de servicio de comida. Esta categoría incluye los restaurantes tradicionales en los que los alimentos se compran, se almacenan, se preparan y se sirven. La mayor parte de los alimentos utilizados se adquieren en su estado natural o parcialmente preparados. Se preparan en la cocina del restaurante y se sirven a los clientes poco después o inmediatamente finalizado el proceso de preparación, los alimentos que se ofrecen son frescos y naturales.



## 2.2. Marco Teórico.

### Plan de Negocios del Restaurante Faro de la Bahía

El plan de negocios, es un documento que especifica, de forma escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. Este documento generalmente se apoya en documentos adicionales como el estudio de mercado, técnico, financiero y de organización. De estos documentos se extraen temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida.

Generalmente se considera que un plan de negocio es un documento activo, en el sentido de que se debe estar actualizando constantemente para reflejar cambios no previstos con anterioridad. Un plan de negocio razonable, que justifique las expectativas de éxito de la empresa, es fundamental para conseguir financiación y socios capitalistas.

El plan de negocios busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que todo empresario, todo inversionista, todo financista, todo proveedor, todo comprador, desea resolver:

¿Qué es y en qué consiste la empresa?

¿Quiénes dirigirán la empresa?

¿Cuáles son las causas y las razones para creer en el éxito empresarial?

¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?

¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo la empresa y qué estrategias se va a usar para conseguirlos?



En este sentido, el plan de empresa es un proceso que busca darle identidad y vida propia a la entidad. Es un procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados, y en resumen, la visión del empresario sobre el proyecto. Es un mecanismo para proyectar la empresa en el futuro, prever dificultades e identificar posibles soluciones ante las coyunturas que pudieran presentarse.

**El Plan de Negocio es un documento estratégico con dos funciones fundamentales:**

1. Determinar la viabilidad económica- financiera del proyecto empresarial.
2. Va a suponer la primera imagen de la empresa ante terceras personas.

**Las principales aplicaciones que presenta un Plan de Negocio son las siguientes:**

- ❖ Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.
- ❖ Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.
- ❖ Puede facilitar la negociación con proveedores.
- ❖ Captación de nuevos socios o colaboradores.

**Las partes del plan de negocios**

Las partes de un plan de negocios son las siguientes:

1. Resumen ejecutivo
2. Descripción del negocio
3. Mercadeo. Estudio del mercado y estrategia y plan de Mercadeo



4. Desarrollo y producción del bien o servicio
5. Dirección y organización de la empresa.
6. Finanzas. Recursos e inversiones a realizar. Plan financiero

¿Por qué razones es necesario tener un plan de negocios?

1. El plan de negocios es un instrumento básico de dirección de la empresa, que establece:

a. La dirección, la orientación concreta de la gestión de las operaciones, en un período dado, para alcanzar sus objetivos. Una empresa sin plan de negocios es como "un automóvil sin dirección".

b. El plan de negocios permite trazar las operaciones, la organización de las personas, los recursos materiales y el conjunto de tareas que se llevarán a ejecución, así como la forma en que serán medidos los resultados. Es decir, compromete los tres aspectos esenciales de la gestión empresarial: Planear, ejecutar y evaluar operaciones.

c. En algunos casos, cuando está plenamente sistematizado, el plan de negocios se convierte en sí mismo, en un producto: por ejemplo, para actuar como franquicia, en tanto contiene el conjunto de las instrucciones para llevar adelante un negocio.

2. Un plan de negocios tiene una estructura básica, pero su diseño y ejecución depende de la complejidad del negocio, del nivel de inversión comprometida y del objetivo del período, ciclo de vida o características del entorno. El plan de negocios puede ser diseñado para cumplir propósitos generales o específicos:



- ❖ Mostrar la coherencia de las operaciones de una empresa. Es indispensable antes de poner en marcha una empresa, que el gerente guíe sus acciones por un plan de negocios. En una empresa en marcha es poner en ejecución una lista de chequeo a revisar cotidianamente.
- ❖ Presentar el plan de desarrollo anual de una empresa en funciones, que el equipo de gestión, con el gerente a la cabeza, consiga la aprobación del directorio o el dueño.
- ❖ Afrontar el desarrollo de un ciclo de vida de la empresa.
- ❖ Para conseguir capital de los accionistas, nuevos inversores o prestadores de fondos.
- ❖ Para promover fusiones, adquisiciones.
- ❖ Para conseguir una licencia, franquicia, representación, corresponsalía o distribución

3. La viabilidad y el costo de un plan de negocios es un elemento clave para que la tarea se cumpla.

- ❖ Todos creen que lo necesitan, pocos saben cómo hacerlo y muchos creen que no lo pueden pagar. Diseñar un plan de negocios es una inversión y debe evaluarse y decidir "a priori" cuánto tiempo y dinero en horas persona en servicios internos y externos se va a invertir. Este es un punto crucial para que la empresa encare hacer o no el plan de negocios.
- ❖ El empresario puede abordar la elaboración de su plan de negocios comprendiendo el concepto, conociendo sus partes y resolviendo el asunto clave: seleccionar las variables que va a incorporar en su plan de negocios en función de sus objetivos, el tamaño de la empresa y la inversión de tiempo y la forma como organizará a su personal para que contribuya al mismo y que sea el primer grupo a comprar el plan



## Tipos de Plan de Negocios

Etapa del ciclo de vida	Nombre del plan	Objetivo de la empresa	Variable clave
Nacimiento	Plan de negocios de un nuevo lanzamiento	Penetración de mercado	Participación en el mercado
	Plan de negocios de una nueva empresa	Atraer una Pyme o una corporación	ROI* de la Pyme ROI de la corporación
Crecimiento	Plan de negocios de monitoreo	Penetración de mercado. Aumento de rentabilidad	Participación en el mercado Productividad
	Plan de negocios para vender la empresa	Valuar la empresa	Valor actual neto y valor de la marca
Madurez	Plan de negocios de monitoreo	Chequeo de mercado. Aumento de rentabilidad	Participación en el mercado Productividad
	Plan de negocios para vender la empresa	Valuar la empresa	Valor actual neto y valor de la marca
Declinación	Plan de negocios para vender la empresa	Valuar la empresa	Valor actual neto y valor de la marca



## **Plan de negocios para un restaurante**

Para la construcción del Plan de Negocios de un Restaurante, es necesario seguir unos pasos; en primer lugar es necesario realizar una vista de conjunto, para poder luego empezar a evaluar parte por parte.

Las partes esenciales del plan de negocios para el montaje de un restaurante son:

Contenido del Plan

Objetivo

Desarrollo del Plan: Corta descripción del tipo de restaurante que se tiene en mente, quienes van hacer los socios, esta debe incluir: Nombre del restaurante, localización, logotipo o distintivos.

Una descripción de la clase y estilo de restaurante. (Por ejemplo: elegante, bistró, bar, comida rápida).

Localización.

Perfil de Clientes y mercado objetivo. Estrategias de marketing y de publicidad.

Descripción de la competencia y análisis de qué hace a su restaurante especial, y de porque llenará un vacío en el mercado.

Estructura de propiedad y del negocio: Quien va a tener qué porcentaje de la empresa. (Capital Propio- Deuda). Descripción de la estructura de la operación.

Simultáneamente, se debe realizar un estudio detallado en donde se analicen los siguientes aspectos: Análisis del área en cuestión, Perfil Demográfico, Perfil Económico, Análisis de la competencia, Perfil Industrial y Turístico, Estrategia de Marketing.

Otra parte fundamental de todo PLAN DE NEGOCIOS, es la parte Financiera, es por esto que debe explicarse en detalle las partes fundamentales, para el buen manejo de un plan



financiero, este comprende dos partes fundamentales: un presupuesto de capital y un estado de pérdidas y ganancias proyectado, o sea es necesario mostrar qué cantidad de dinero es necesaria para la puesta en marcha del restaurante, y de la misma forma mostrar cómo el negocio generará suficientes ingresos para poder pagar las deudas de las inversiones incurridas.



### **2.3. Marco Normativo**

Las empresas dedicadas al ramo de restaurantes en El Salvador, se rigen por las diferentes clasificaciones que las instituciones hacen de ellas. Por ello es muy importante el Marco Legal, ya que en el cual se presenta las diferentes leyes, reglas y normas que este tipo de empresas en particular debe seguir y los requisitos que deben cumplir para registrarse y así poder desempeñar su labor de manera acorde con las disposiciones de la ley del gobierno.

#### **Constitución de la República de El Salvador.**

En el capítulo 2 de la constitución, de la sección segunda, trata sobre el trabajo y seguridad social y establece algunos derechos que tienen los trabajadores y las obligaciones de los patronos, específicamente en los Arts. 38, 42, 43, 44 y 50. En el Art., se menciona que el trabajo será regulado por un código con el fin de armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos y obligaciones.

EL Art. 42, hace referencia sobre el derecho a descanso remunerado que tienen las mujeres trabajadoras antes y después del parto y la conservación de su empleo.

El Art. 43 menciona la obligación que tienen los patronos de pagar indemnizaciones y a prestar servicios médicos cuando un trabajador sufra un accidente o enfermedad profesional. Finalmente el Art. 50 trata sobre seguridad social a la cual los trabajadores, patronos y el Estado contribuirán para el pago y cuantía que determina la ley.<sup>3</sup>

El objetivo principal de conocer el contenido de los artículos que enmarca la Constitución de la República en relación al plano laboral que se vive en el objeto de estudio (restaurante El Faro de la Bahía), es sin duda establecer los derecho que todo trabajador

---

<sup>3</sup> Constitución de el Salvador, ,pág. 15 – 17, edición 2010



tiene y puede ejercer, ya que la ley lo ampara. Así mismo el patrono tiene la obligación de brindar las prestaciones que la ley exige.

Clasificación de los Restaurantes como empresas:

En el salvador no existe una clasificación específica para los restaurantes, sin embargo para efectos estadísticos y control económico lo manejan de la siguiente manera.

- Según el **Ministerio De Economía** las empresas por su tamaño se considera una pequeña de 5 a 49 empleados.
- Según la Fundación Salvadoreña para El desarrollo Económico y Social (FUSADES), se ha determinado una clasificación de Empresa por su tamaño en base al número de empleados la pequeña empresa de 10 a 19 empleados.
- Según la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTIC), contempla una clasificación de empresa de acuerdo a la industria o actividad comercial

Restaurantes: Comercio Código 631001<sup>4</sup>

En base a la información brindada por el Ministerio de Economía y FUSADES, el restaurante el Faro de la Bahía se denomina como pequeña empresa, debido a que cuenta con 6 empleados, y su actividad comercial según la DIGESTYC corresponde a la clasificación de restaurante.

---

<sup>4</sup> □ DIGESTYC (Dirección General de Estadísticas y Censos, SV). s.f. Monografía de El Salvador (en línea). Consultado 19 ene 2011. Disponible en <http://www.digestyc.gob.sv/DigestycWeb>



## **Normas Salvadoreñas De Restaurantes:**

Requisitos Según las Normas Salvadoreñas de Restaurantes:

- Protocolo de Servicio.
- Señalización
- Limpieza de las Instalaciones
- Recetas Estandarizadas
- Áreas de Circulación
- Recepción de Materia Prima
- Estacionamiento

## **Ley de defensoría del consumidor:**

La Defensoría del Consumidor, es la entidad encargada de aplicar la presente ley y de coordinar la acción conjunta de las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de la misma. Además, coordina el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y las leyes o reglamento de protección al consumidor.

Art. 2.- Quedan sujetos a esta ley todos los consumidores y los proveedores, sean éstos personas naturales o jurídicas en cuanto a los actos jurídicos celebrados entre ambas partes. En este artículo se incluye que quedan sujetos a estas leyes los consumidores y también los proveedores de bienes y servicios, en este caso el cliente es el consumidor y el proveedor es el prestador de servicio (restaurante).

El artículo 7- habla de la responsabilidad de los proveedores ya que estos servicios deberán, para no arriesgar la vida, la salud, la seguridad de las personas y el medio ambiente, observar las normas legales, reglamentarias o técnicas que se dictaren sobre la



materia, así como facilitar el control, vigilancia e inspección de las autoridades competentes.

Según el artículo Art. 14.- Se prohíbe ofrecer al público, donar o poner en circulación a cualquier otro título, toda clase de productos o bienes con posterioridad a la fecha de vencimiento o cuya masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada en los mismos se encuentre alterada. Los artículos 29, 30, 31 hablan sobre los reglamento en cuanto a la publicidad del establecimiento.

Art. 151: Instituyese el Sistema Nacional de Protección al Consumidor, en adelante "el Sistema", para promover y desarrollar la protección de los consumidores, el que estará compuesto por: La Defensoría del Consumidor, dependencias del Órgano Ejecutivo y demás instituciones del Estado que entre los asuntos de su competencia les corresponde velar sectorialmente por los derechos de los consumidores o vigilar a las empresas que operan con el público.

Art. 152: La Defensoría será el ente coordinador del Sistema y servirá como oficina de enlace de la actuación conjunta para el cumplimiento de la presente ley. La Ley de Protección al Consumidor para este rubro, así como las infracciones y sanciones establecidas, específicamente al ofrecer productos con posterioridad a la fecha de vencimiento.<sup>5</sup>.

La ley de defensoría del consumidor establece los parámetros que la empresa debe de seguir en cuanto al servicio que brinda a sus consumidores, asignándole los procedimientos más idóneos, para que sus operaciones se desarrollen bajo condiciones salubre y se establezca una relación armónica entre proveedores-consumidores.

---

<sup>5</sup> Ley de protección al consumidor. Explicada y su reglamento. 1º Edición 1997, Algue's Impresora S.A de C.V. Pág. 9,18,29,31,55 y 57.



### **Código de comercio:**

En el segundo libro capítulo I y II en los Arts. 411, 412, 413, 414, 415, y 416, se hace mención de las obligaciones que los comerciantes deben cumplir, como los de las matricula de su empresa, las cuales están a cargo del Registro de Comercio, este verifica que la empresa cumpla con los requisitos necesarios para matricularse. El Título II, en los Arts. 435, 436, 437, 438, trata de las obligaciones que tienen los comerciantes de llevar la contabilidad debidamente organizada, así como llevar los registros contables, estados financieros, diario, mayor y los que sean necesarios por exigencias contables.

Restaurante Faro de la bahía se encuentra establecida como una empresa informal ya que no se encuentra inscrita como empresa en el registro de comercio ya que la ley explica que es obligación de las empresas a llevar contabilidad formal y registrarse en el registro de comercio si tienen un activo mayor a \$12,000, de lo contrario podrá llevarse contabilidad informal, y sin ser obligación el estar suscrita ya que es considerada persona natural más sin embargo si se encuentra registrada como contribuyente.

### **Ministerio de salud:**

El marco regulatorio de la salud tiene exigencias para este tipo de establecimientos, en los cuales podemos mencionar: La supervisión constante del cumplimiento de las normas sobre alimentos y bebidas destinadas al consumo de todo alimento que sea elaborado, almacenado, refrigerado y distribuido. Además de llevar un minucioso control de expendio de los artículos alimentarios y bebidas, materia prima que es utilizada para la fabricación, locales o sitios que están destinadas para su efecto; instalaciones, maquinaria, equipos, utensilios etc. en el restaurante.



Es necesario el examen inicial periódico de las personas que manipulan los artículos alimenticios y bebidas. Los exámenes médicos son con el objeto de descubrir a las personas que padecen algunas enfermedades transmisibles o que son portadores de gérmenes patógenos. En las obligaciones del ministerio de salud están contempladas reglas como: todo alimento ó bebida que no se ajuste a las reglas de este código será retirado de circulación, destruido o desnaturalizado para impedir su consumo, sin más requisitos que la sola comprobación de su mala calidad. El ministerio de salud está obligado a levantar un acta de decomiso y destrucción que tendrá que ser en presencia del propietario o encargado de tal alimento o bebida, quedando relegado de toda responsabilidad el empleado o funcionario que verificara el decomiso. El propietario encargado del establecimiento está obligado a permitir a los funcionarios del ministerio de salud el libre acceso a los locales de trabajo y la inspección de las instalaciones.

El ministerio de salud conforme a las disposiciones de este código y las normas reglamentarias podrá ordenar la clausura temporal o definitiva si en algún momento no se está cumpliendo con las leyes y las obligaciones necesarias para poder circular igualmente se confiscara y si es necesario se destruirá los productos adulterados, contaminados y falsificados.<sup>6</sup>

Restaurante faro de la bahía se rige bajo estas normas de salud.

---

<sup>6</sup> Ministerio de Salud. <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/647.95-G948p/647.95-G948p-Capitulo%20I.pdf> , consultado el 02 de mayo de 2011.



### **Código de trabajo:**

El código de trabajo, tiene por objeto armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos y obligaciones con el fin de mejorar las condiciones de vida de los trabajadores. En el Capítulo único en los Arts. 7 y 8; hace referencia a la forma en que debe estar integrada el personal de una empresa, así como el porcentaje de monto de los salarios que deben devengar los trabajadores .El Capítulo I trata sobre un derecho individual del trabajo , en los Arts. 17, 19 y 28 se establecen las leyes mediante las cuales se rige un contrato individual de trabajo.

En el título III trata sobre salarios, jornadas de trabajo, descanso semanales, vacaciones asuetos y aguinaldos; en el capítulo I, en los Arts. 119, 120, 121, 122, 123, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 132 y 138 hacen referencia al salario.

En el capítulo III, se establece la jornada de trabajo y la semana laboral; en los Arts. 162, 163, 165, 167, 168, 169 y 170, hace referencia sobre las horas límites a trabajar por día y el número de horas que deben laborarse por semana. En el Título II trata sobre la seguridad e higiene del trabajo, en sus capítulos I y II se establece las obligaciones de los patronos y trabajadores de mantener un ambiente laboral higiénico y poner en práctica medidas adecuadas de seguridad y higiene en los lugares de trabajo, los cuales se estipula en los Arts. 314 y 315. El Título III que trata sobre riesgos profesionales, en el capítulo I hace referencia a los Arts. 316, 317, 318, 319 y 323 acerca de los riesgos a los que están expuestos los empleados, los accidentes o enfermedades profesionales. Y finalmente en el capítulo III, se establecen los casos en los que es responsabilidad del patrono responder por los riesgos profesionales según los Arts. 333, 334, 335 y 336.

**Alcaldía municipal:**

Marco regulatorio de la Alcaldía Municipal en Departamento de Registro Y Control de la Alcaldía Municipal, se encuentra registrados todos los restaurantes dedicados a proporcionar comida o alimentos. Para que estos puedan funcionar legalmente, las exigencias a cubrir se encuentran: si el comerciante es individual debe presentar fotocopia del Documento Único de Identidad y Vialidad vigente, Solvencia Municipal y Balance Inicial.

En el caso de las personas jurídicas deben existir un escrito dirigido al señor Alcalde y anexar el original y copia de la escritura de constitución de la sociedad, balance inicial, solvencia municipal a nombre de la sociedad credencia del representante legal, fotocopia de DUI de representante legal y vialidad vigente del mismo. Todas las reglas anteriormente mencionadas deben ser cumplidas con exactitud de lo contrario, la apertura de estos negocios no llega a ser efectiva y para el caso de los que funcionan actualmente han presentado los documentos pertinentes para su normal funcionamiento.<sup>7</sup>

Las empresas dedicadas al ramo de restaurantes en El Salvador, se rigen por las diferentes clasificaciones que las instituciones hacen de ellas. Por ello es muy importante el Marco Legal, ya que en el cual se presenta las diferentes leyes, reglas y normas que este tipo de empresas en particular debe seguir y los requisitos que deben cumplir para registrarse y así poder desempeñar su labor de manera acorde con las disposiciones de la ley del gobierno.

---

<sup>7</sup> Alcaldía Municipal. <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/647.95-G948p/647.95-G948p-Capitulo%20I.pdf>

# **CAPITULO III**

## **METODOLOGIA DE LA**

## **INVESTIGACION**



### 3. Metodología de la Investigación

#### 3.1. Tipo de estudio por realizar

La investigación a realizar será de tipo exploratoria y descriptiva, debido a que en un primer momento se utilizara el método de la encuestas, aplicando como instrumento el cuestionario para recolectar datos, el objetivo es obtener información que sea útil y confiable, seguidamente se aplicara una investigación descriptiva donde se identifique la realidad de los hechos de acuerdo a los resultados que arroje la investigación.

#### 3.2. Hipótesis

##### Hipótesis general:

- ✓ Si se desarrollara una Propuesta de un plan de negocios, está contribuirá a la apertura del restaurante Faro de la Bahía en la plaza Galerías de la ciudad de San Miguel, durante el periodo del 2013-2014.

##### Hipótesis específicas:

- ✓ Al elaborar un estudio de mercado permitirá identificar el mercado meta, los canales de distribución adecuados, los precios competitivos para el mercado y la aceptación de los productos nutricionales.
- ✓ Si se establece la misión, visión, valores ayudará a mejorar la estructura organizacional de la empresa.
- ✓ Realizando un análisis económico-financiero se conocerá la rentabilidad del nuevo negocio, incluyendo riesgos
- ✓ Si se identificara y evaluara a la competencia existente, se conocerían las posibles ventajas competitivas del nuevo negocio.



**3.3. Operacionalización de hipótesis**

OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>			
<p>Desarrollar una Propuesta de un plan de negocios que contribuya a la apertura del restaurante Faro de la Bahía en la plaza Galerías de la ciudad de San Miguel, durante el periodo del 2013-2014.</p>	<p>Si se desarrollara una Propuesta de un plan de negocios esta contribuirá a la apertura del restaurante Faro de la Bahía en la plaza Galerías de la ciudad de San Miguel, durante el periodo del 2013-2014</p>	<p><b>Variable Independiente:</b> Plan de negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Resumen del negocio.</li> <li>✓ Estudio de mercado.</li> <li>✓ Estudio técnico.</li> <li>✓ Estudio de la inversión.</li> <li>✓ Estudio de los ingresos y egresos.</li> <li>✓ Estudio financiero.</li> </ul>
		<p><b>Variable Dependiente</b>  Apertura de Restaurante Faro de la bahía en la plaza galerías de la Ciudad de San Miguel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Producto</li> <li>✓ Precio</li> <li>✓ Plaza</li> <li>✓ Promoción</li> </ul>



<b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>			
Elaborar un estudio de mercado que nos permita identificar el mercado meta, los canales de distribución adecuados, los precios competitivos para el mercado y la aceptación de los productos nutricionales.	Al elaborar un estudio de mercado permitirá identificar el mercado meta, los canales de distribución adecuados, los precios competitivos para el mercado y la aceptación de los productos nutricionales.	<b>Variable Independiente</b>  Estudio de Mercado	✓ Oferta  ✓ Demanda  ✓ Canales de Comercialización
		<b>Variable dependiente</b>  Identificación del mercado meta, canales de distribución adecuados, precios competitivos, aceptación de productos	✓ Análisis del entorno  ✓ Fortalezas  ✓ Oportunidades  ✓ Debilidades  ✓ Amenazas
Realizar un análisis económico-financiero para conocer la rentabilidad del nuevo negocio, incluyendo riesgos	Realizando un análisis económico-financiero se conocerá la rentabilidad del nuevo negocio, incluyendo riesgos	<b>Variable Independiente</b>  Análisis Económico-financiero	✓ Sistema contable
		<b>Variable Dependiente</b>  Rentabilidad del negocio, riesgos	✓ Inversión  ✓ Ingresos  ✓ Plan de contingencias  ✓ Pérdidas



<p>Establecer la misión, visión, valores que mejore la estructura organizacional de la empresa.</p>	<p>Si se establece la misión, visión, valores ayudara a mejorar la estructura organizacional de la empresa.</p>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p>Misión, visión, valores</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Metas</li> <li>✓ Objetivos</li> <li>✓ Principios</li> <li>✓ Posicionamiento</li> </ul>
		<p><b>Variable Dependiente</b></p> <p>Mejor estructura organizacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organigrama</li> <li>✓ Departamentalización.</li> <li>✓ Administración</li> <li>✓ Descentralización.</li> <li>✓ Toma de decisiones</li> </ul>
<p>Identificar y evaluar a la competencia existente para conocer las posibles ventajas competitivas del nuevo negocio</p>	<p>Si se identificara y evaluara a la competencia existente se conocerían las posibles ventajas competitivas del nuevo negocio</p>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p>Identificar y evaluar la competencia existente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Precios</li> <li>✓ Calidad</li> <li>✓ Mercadeo</li> <li>✓ Promoción</li> <li>✓ Plaza</li> <li>✓ Fidelidad de los clientes.</li> </ul>
		<p><b>Variable Dependiente</b></p> <p>Conocer las posibles ventajas competitivas del negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plan estratégico.</li> <li>✓ Diversificación de productos.</li> <li>✓ Servicio.</li> <li>✓ Segmentación de mercado</li> </ul>



### **3.4. Diseño de la investigación.**

En esta etapa en primer lugar se realizara una investigación previa a la empresa que será el objeto de estudio, donde se determinara las necesidades que ella posee, luego se acudiría a fuentes bibliográficas que permitan una mayor comprensión y un mejor manejo sobre la problemática como eje de estudio, seguidamente se realizara una investigación de campo poniendo a prueba las hipótesis previamente formuladas. Una vez recopilada la información, está se procesara, analizara y se establecerán resultados, permitiendo establecer una propuesta para la resolución de la situación que acontece en la empresa.

### **3.5. Población y muestra**

#### **Población**

La población de la ciudad de san miguel, que posee capacidad adquisitiva es de 252,988 habitantes según el censo del 2012, información proporcionada por la DYGESTIC<sup>8</sup>. EL rango de edad de esta población es de 18 a 60 años ó más.

#### **Muestra.**

Es preciso aclarar que la población en estudio se tomara como infinita, esto se debe a que en estadística, cuando una población es muy grande ó está no podría enumerarse en un periodo de tiempo razonable, se debe considerar como población infinita<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup><http://www.censos.gob.sv/util/datos/Resultados%20VI%20Censo%20de%20Poblaci%C3%B3n%20V%20de%20Vivienda%202007.pdf>

<sup>9</sup> Levin Rubin Balderas/Estadística para Administración y Economía/ 7° edición/Pearson Educación.



Se utilizara la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

### Calculo de la Muestra.

Donde

**n:** Es la cantidad de los consumidores que serán seleccionados

**Z:** Margen o valor crítico límite hasta donde llega el nivel de confianza

**e:** Error de estimación, representa la diferencia entre la demanda real y potencial del producto

**P:** Proporción de la población que consumiría en el restaurante (0.5)

**Q:** Proporción de la población que no consumiría en el restaurante (0.5)

Se ha considerado utilizar un nivel de confianza del 95%, con un error del 5%.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)^2 (0.25)}{(0.0025)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

$$n \approx 384$$



---

### **3.6. Fuentes de obtención de la información.**

#### **Fuentes Primarias:**

Las fuentes primarias se refieren a la recolección de información por la vía exploratoria, es decir, la que se obtiene directamente del campo. En este apartado, se acudirá a las personas que cumplan con las especificaciones planteadas en la población, haciendo uso del método de la encuesta para obtener la información pertinente.

#### **Fuentes Secundarias:**

Para el desarrollo de la investigación se acudirá a material bibliográfico tal como tesis: “Plan de negocios: comercializadora de equipo hidráulico en el Estado de Puebla”, “Plan de Negocios para la creación de una cadena de fast-food en base a soya”, libros como: Fundamentos de Marketing, Estadística para la administración, Principios de Administración de Operaciones, así como libros sobre técnicas de investigación, reglamentos y códigos que enmarcan la ley, además se tomara como referencias estudios de la misma índole realizados con anterioridad.

### **3.7. Procesamiento de la información**

Una vez recopilada la información pertinente, se procederá a su análisis donde los datos serán tabulados y graficados para el manejo de una mejor comprensión.



**3.8. Presupuesto de la inversión.**

Para lograr la realización, investigación y culminación del presente trabajo de grado, fue necesario realizar los siguientes gastos presupuestarios:

Papel Bond .....	\$ 30.00
Impresiones .....	\$500.00
Tinta color negro.....	\$ 90.00
Copias .....	\$350.00
Lápices, lapiceros, folders, fotocopias.....	\$ 20.00
Gasolina.....	\$300.00
Grabadora .....	\$ 60.00
Anillados .....	\$ 32.00
Alimentación .....	\$538.00
Discos Compactos.....	\$ 5.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1925.00</b>

**CAPITULO III**

**ANALISIS E**

**INTERPRETACION DE**

**LOS DATOS**

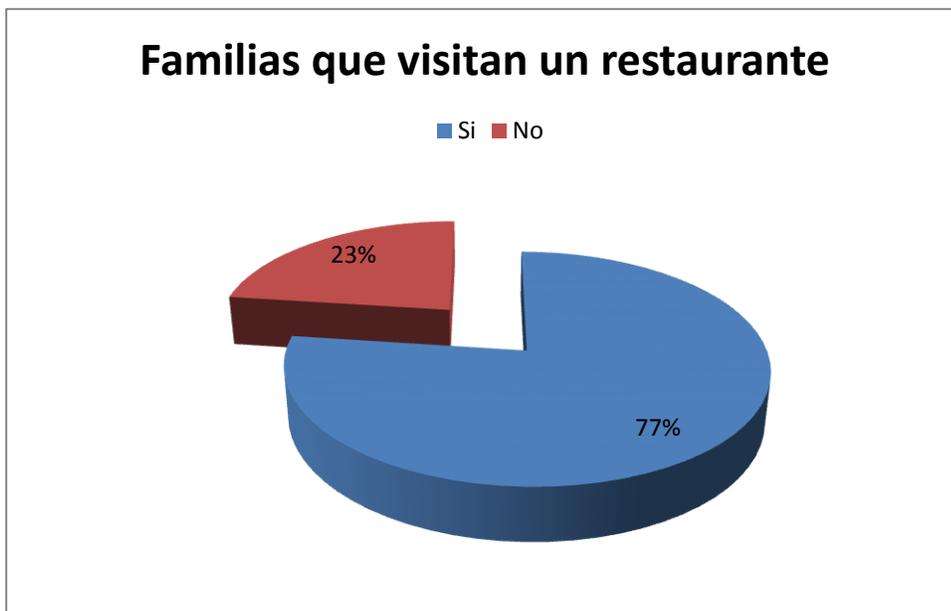


**4. Análisis e Interpretación de Datos**

**1. ¿Usted y su familia acostumbran salir a comer en restaurantes?**

**Objetivo:** Indagar la frecuencia con que las familias migueleñas visitan un restaurante.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Si	296	77%
No	88	23%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



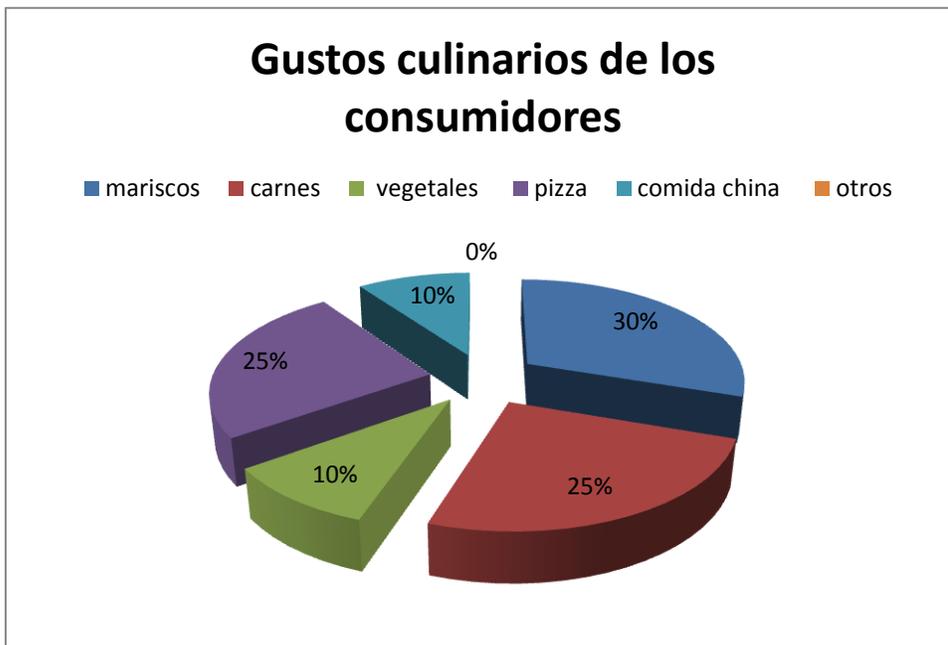
**Hallazgo:** A través del estudio realizado se puede determinar que el 77% de las familias migueleñas visitan un restaurante frecuentemente, mientras que el 23% son poco frecuente en la visita a los restaurantes. La mayoría de las personas que frecuentan restaurantes lo consideran como un medio de convivencia familiar y para nuestro estudio ellos son los consumidores potenciales.



2. ¿Cuál de los siguientes alimentos le parece más apetitoso?

**Objetivo:** Determinar los gustos y preferencias culinarias de los consumidores.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Mariscos	116	30%
Carnes	96	25%
vegetales	38	10%
Pizza	96	25%
comida china	38	10%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Hallazgo:** El estudio determinó que de la población encuestada el 30% considera que los mariscos son el platillo más apetitoso, 25% opina que es la carne, mientras que otro 25% piensa que es la pizza, solamente un 10% considera que es la comida china. Esto demuestra que tenemos un mercado potencial pero muy dividido en con respecto a los gusto de comida en los consumidores.



3. ¿Qué lo motiva a la preferencia de ese tipo de alimento?

**Objetivo:** Identificar el motivo principal que provoco elegir el platillo mencionado anteriormente.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Precio	96	25%
Calidad	134	35%
Salud	154	40%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Hallazgo:** 40% de las personas estudiadas consideran que el factor principal para elegir un platillo es por salud, un 35% prefiere calidad y 25% se inclina más por el precio. Al momento de elegir un platillo se consideran diferentes aspectos pero se llega a una determinación de acuerdo a aquel que sea el más saludable aunque los factores económicos están influyendo muchísimo a que la mayoría de los consumidores tomen gran consideración en los precios, pero aún se tiene el paradigma que nada vale más que una gran atención personalizada y la calidad que va amarrada con la salud de los consumidores.



**4. ¿Quiénes son los principales motivadores para salir a comer en un restaurante en su hogar?**

**Objetivo:** Analizar los motivadores a los que se les influirá por ser los impulsores de llevar a las familias a los restaurantes.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Adultos	32	123
Niños	68	261
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



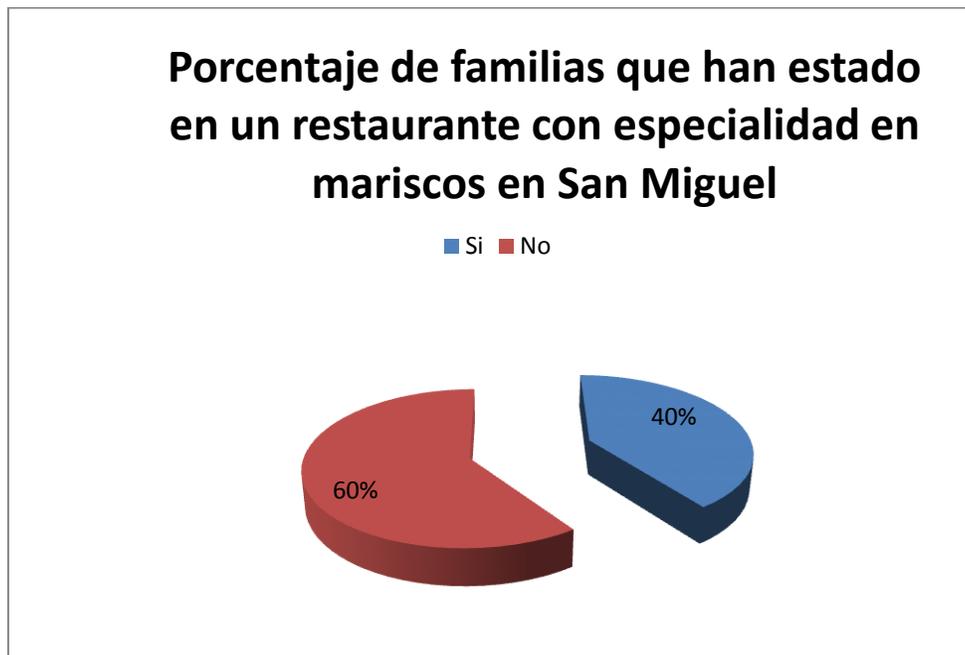
**Hallazgos:** Los datos determinan que los adultos son un motivador con un 32%, mientras que los niños se consideran el mayor motivador con un 68%. Para que una familia frecuente un restaurante, se hace a través de motivadores los cuales en este aspecto son los niños, ellos juegan un papel muy importante al momento de asistir a un restaurante es por ello que se impulsaría proyectos destinados a la atracción de esta oportunidad que poseemos.



**5. ¿Ha estado en un restaurante con especialidad en mariscos en la ciudad de San Miguel?**

**Objetivo:** Identificar las familias que visitan más frecuentemente restaurantes de especialidad en mariscos.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Si	154	40%
No	230	60%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



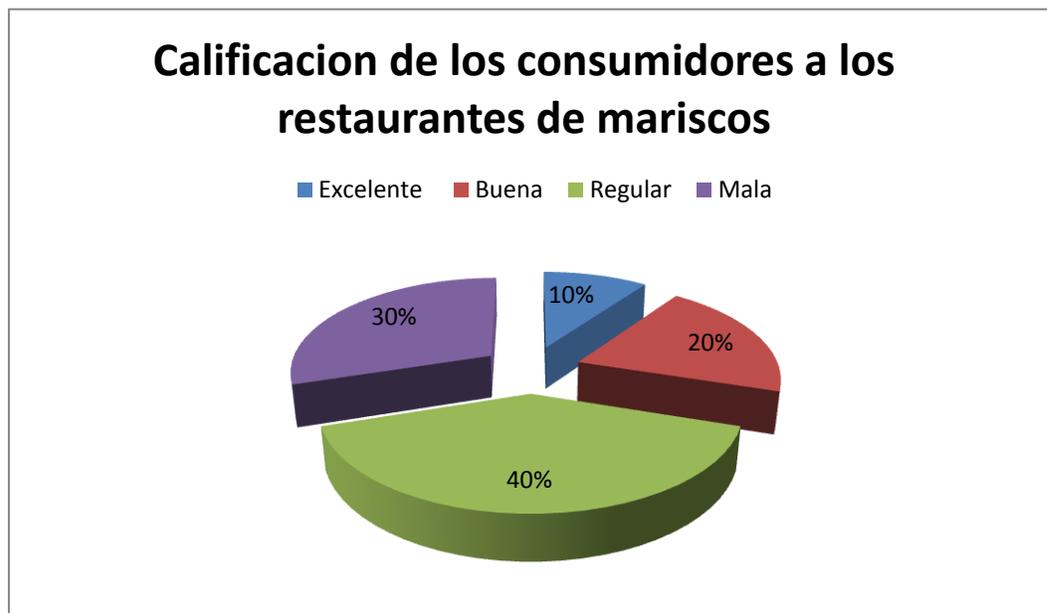
**Hallazgo:** Un 40% de las personas encuestadas consideran que han estado en un restaurante con especialidad en mariscos en la ciudad de San Miguel, mientras que el 60% restante opina lo contrario. Las personas en San Miguel consideran que en la ciudad hay pocos restaurantes cuya especialidad sean los mariscos y el porcentaje de los que aún no han visitado un restaurante de mariscos serian nuestros clientes potenciales en darles un gran servicio y productos de calidad.



6. Si su respuesta anterior fue SI, conteste ¿Cómo calificaría la calidad de dichos mariscos?

**Objetivo:** Analizar las expectativas de los consumidores hacia los competidores directos que se encuentran en San Miguel.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Excelente	38	10%
Buena	77	20%
Regular	154	40%
Mala	115	30%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



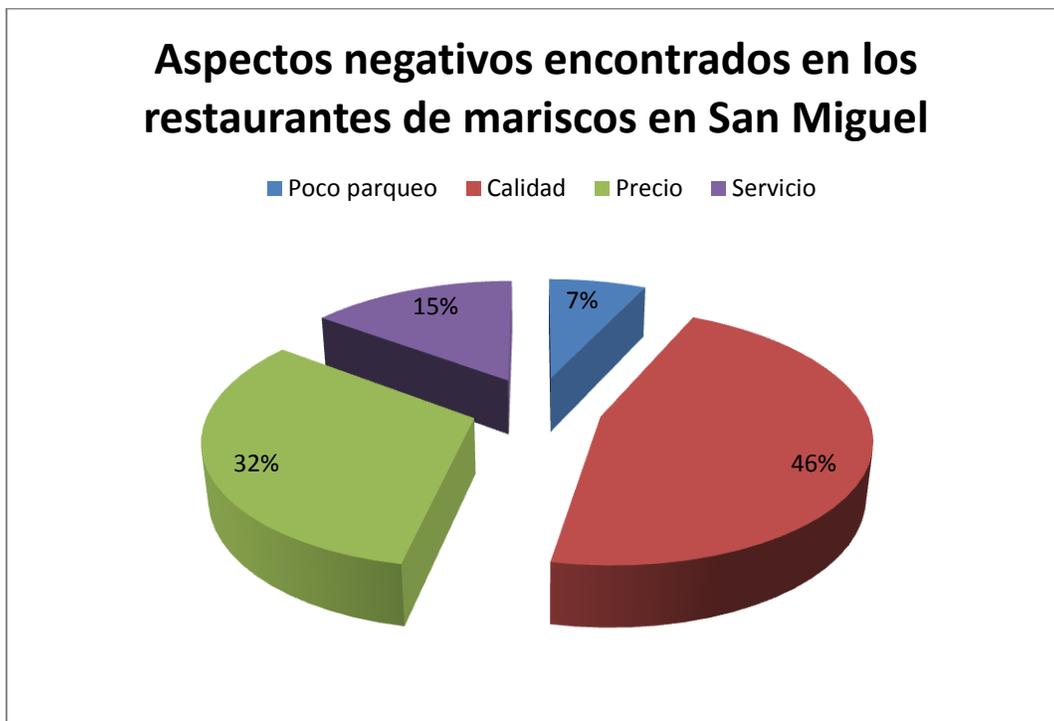
**Hallazgo:** 40% la califica como regular, solo un 10% como excelente, 20% como buena y el 30% restante de los consumidores opina que es mala. La calidad de los mariscos en la ciudad de San Miguel, en su mayoría se califica como regular, lo que significa que los consumidores exigen mariscos de mejor calidad.



7. ¿Qué encontró de malo en el restaurante de marisco que visito en san miguel?

**Objetivo:** Detectar aspectos negativos en los restaurantes de mariscos en la ciudad de San Miguel.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Poco parqueo	27	7%
Calidad	177	46%
Precio	123	32%
Servicio	57	15%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Hallazgos:** De los aspectos negativos que poseen los restaurantes de mariscos en San Miguel 7% se le asignó al parqueo, 46% a la calidad, 32% a los precios y 15% al servicio. Los consumidores clasifican a los restaurantes que la calidad de los mariscos que ofrecen es muy baja, por lo tanto

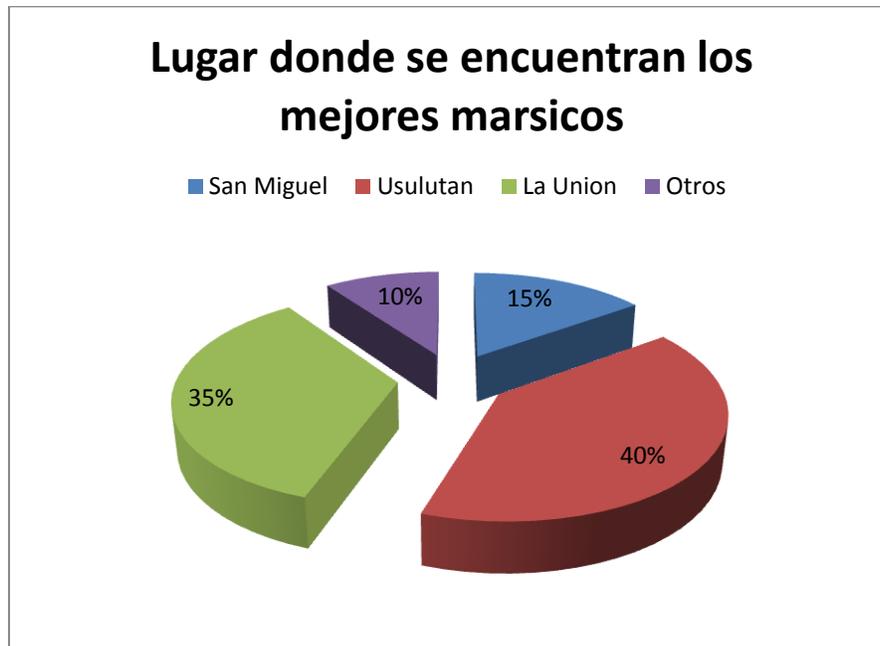


solicitan una mejora en la calidad de estos platillo y a su vez precios acordes a la economía que la población demanda.

**8. ¿En qué lugar considera que se encuentran los mejores mariscos?**

**Objetivo:** Identificar en qué lugar se encuentran los mejores mariscos.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
San Miguel	58	15%
Usulután	154	40%
La Unión	134	35%
Otros	38	10%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Hallazgos:** Un 40% de los consumidores coinciden que los mejores mariscos están en Usulután, 35% cree que es en la Unión, 15% considera que están en San Miguel y 10% opina que están en otro lugar. Los estudios indican que en Usulután y en La Unión son los lugares donde se encuentran los

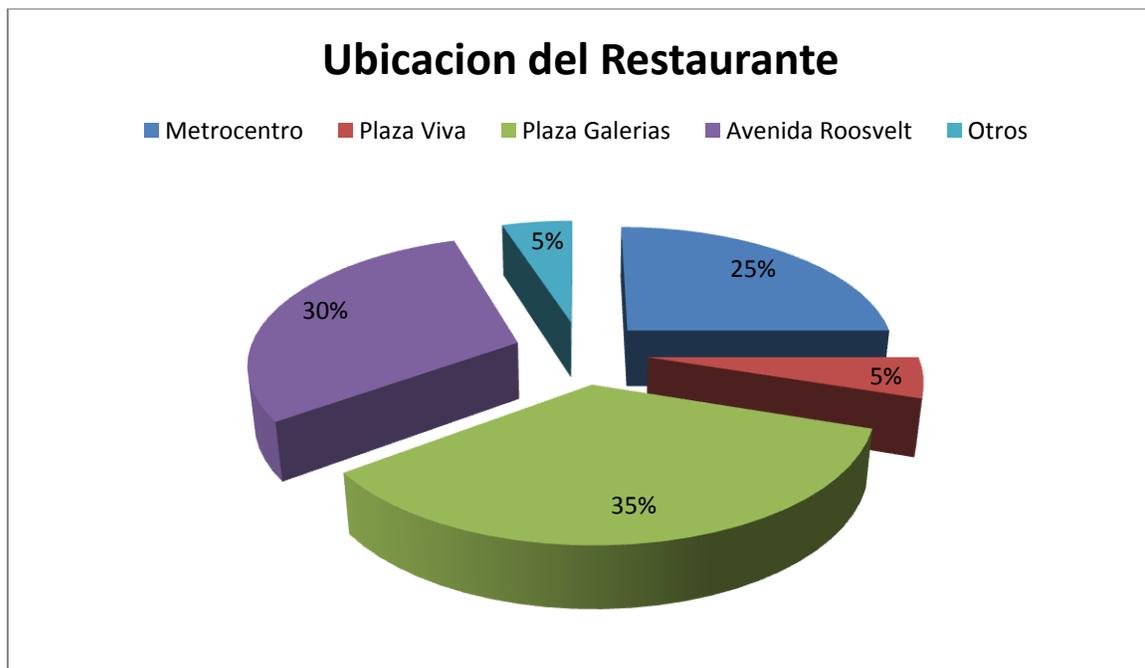


mejores mariscos, sin embargo San Miguel se convierte en un lugar potencial para poder ofertar mariscos de mejor calidad y ser competitivo en este mercado desatendido.

**9. ¿En qué lugar le gustaría un restaurante con ambiente playero?**

**Objetivo:** Establecer el lugar ideal para ubicar un restaurante con ambiente playero.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Metro centro San Miguel	96	25%
Plaza Viva	19	5%
Plaza Galerías	77	35%
Avenida Roosevelt	173	30%
Otros	19	5%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



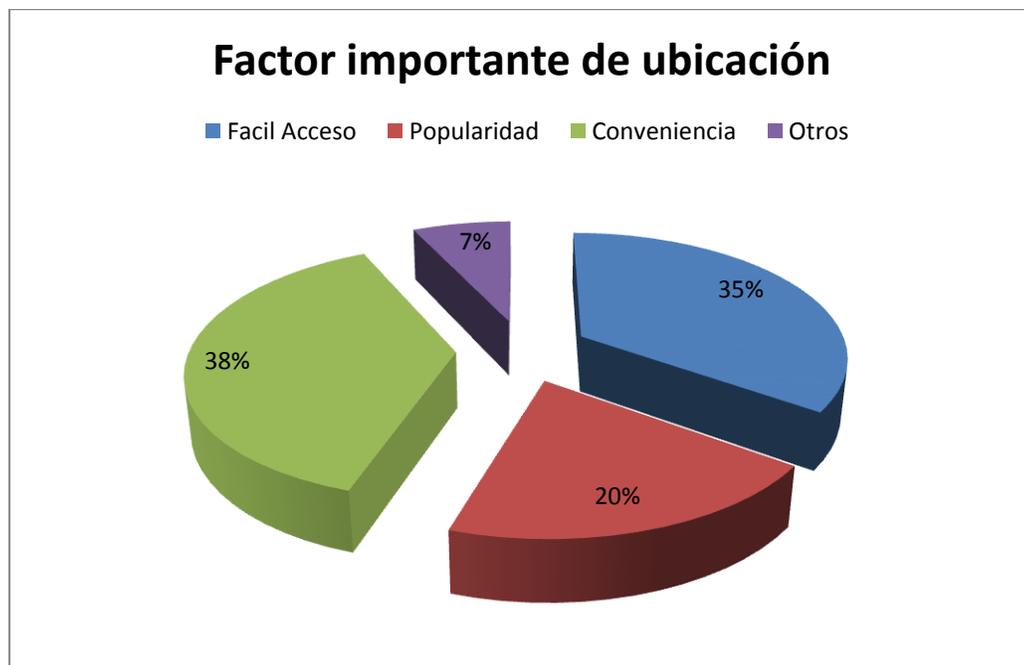


**Hallazgos:** De las personas en estudio 35% prefieren la plaza Galerías, 25% considera que el mejor lugar es Metrocentro, un 30% se inclina más por Avenida Roosevelt, y el 5% restante prefiere otro lugar. La mejor ubicación para que exista un restaurante con especialidad en mariscos, según la opinión de los consumidores es en plaza galerías de la ciudad de San Miguel.

**10. ¿Por qué razón le gustaría un restaurante en el lugar escogido en la pregunta anterior?**

**Objetivo:** Conocer la razón por la cual los consumidores prefieren la ubicación antes mencionado para un restaurante.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Fácil Acceso	134	35%
Popularidad	77	20%
Conveniencia	146	38%
Total	384	100%



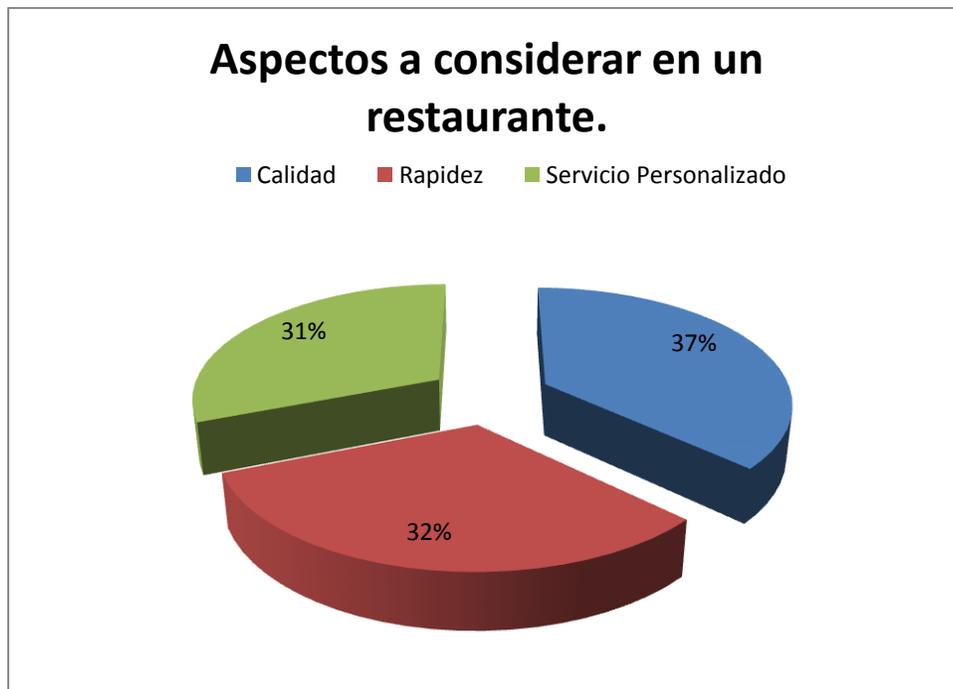


**Hallazgos:** 38% de las personas encuestadas determinaron su respuesta por conveniencia, 35% lo hizo por fácil acceso, 20% lo eligió por popularidad y un 7% los hizo por otros motivos. La plaza Galerías es el lugar ideal para ubicar el restaurante debido a que los consumidores consideran que ahí es más conveniente asistir y a la vez les facilita realizar actividades personales.

**11. ¿Qué características busca usted en un restaurante?**

**Objetivo:** Determinar impulsores que se debe tener en cuenta para el restaurante.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Calidad	142	37%
Rapidez	123	32%
Servicio Personalizado	119	31%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



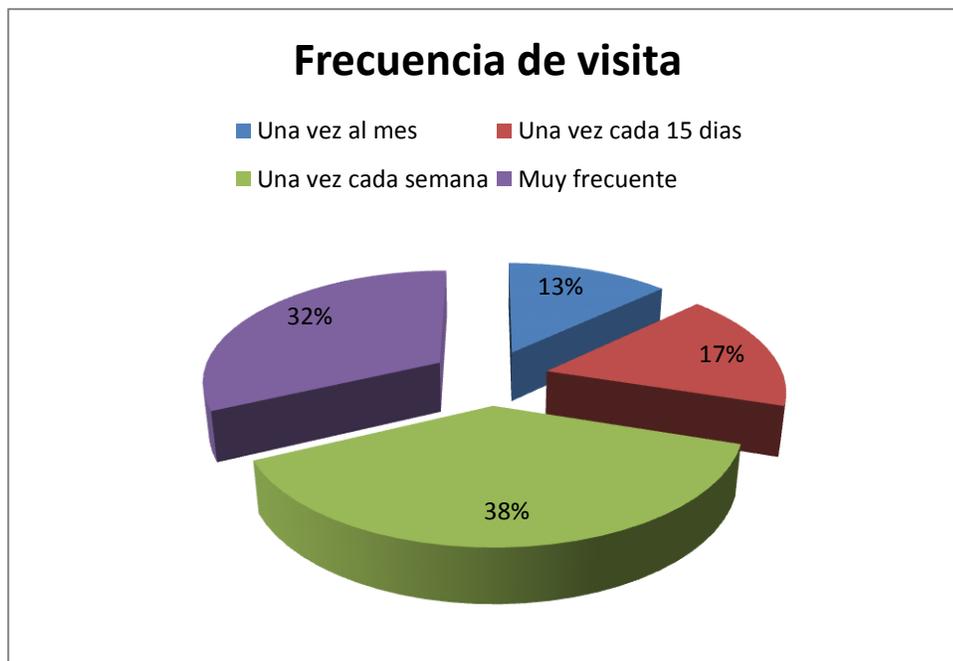


**Hallazgos:** La calidad es representada con un 37%, la rapidez con un 32% y el servicio personalizado se determinó con un 31%. Para los consumidores la característica principal que un restaurante debe poseer en cuanto a sus productos y servicios es la calidad aunque el ambiente culinario es muy importante, así como el factor de atención personalizada a los clientes ya que de esa manera se pueden captar las preferencias y gustos que estos poseen.

**12. ¿Con que frecuencia visitaría un restaurante?**

**Objetivo:** Identificar qué tan frecuente los consumidores visitan un restaurante.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Una vez al mes	50	13%
Una vez cada 15 días	65	17%
Una vez cada semana	146	38%
Muy frecuente	123	32%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



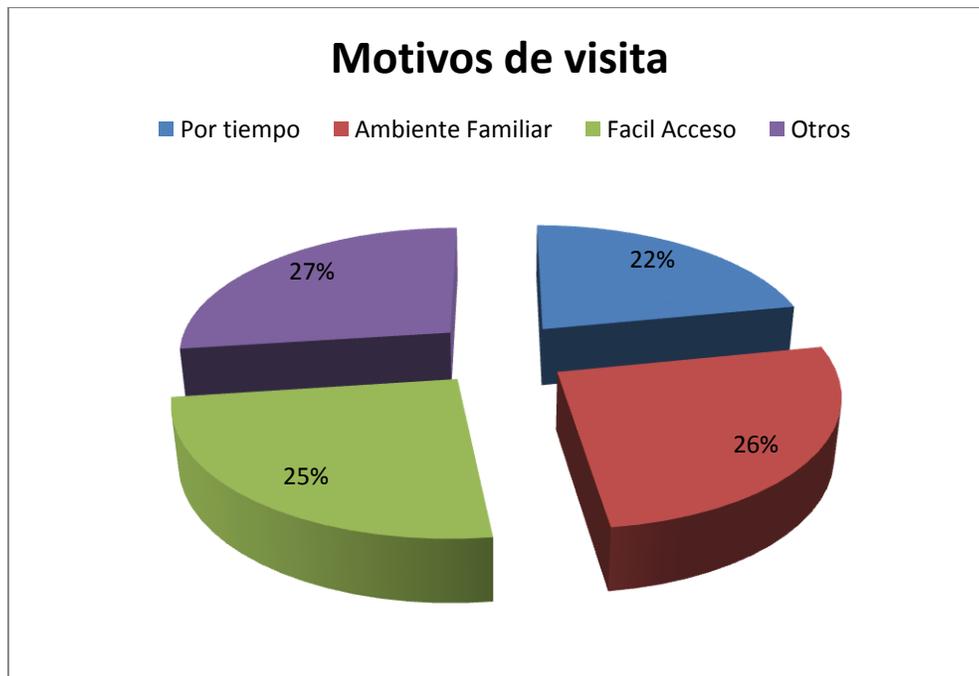


**Hallazgos:** Un 38% de los consumidores visitan un restaurante una vez por semana, 32% lo hace, muy frecuentemente, 17% lo hace una vez cada 15 días, y solo un 13% una vez al mes. Un alto porcentaje de la población migueleña visita frecuentemente un restaurante, por lo que este mercado es muy activo y debe atenderse de acuerdo a las exigencias de los consumidores todo esto se dan por factores de lo acelerado de los trabajos entre muchos otros factores.

**13. ¿Cuál de las siguientes razones lo motiva a visitar un restaurante?**

**Objetivo:** Determinar la razón principal por la cual las personas visitan un restaurante.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Por tiempo	84	22%
Ambiente Familiar	100	26%
Fácil Acceso	96	25%
Otros	104	27%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



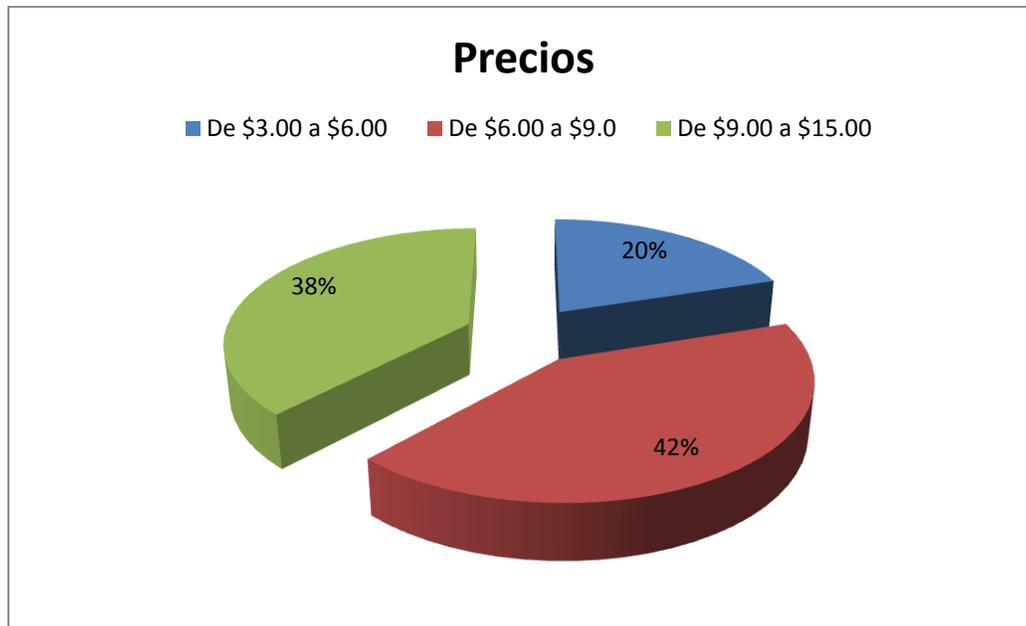


**Hallazgos:** Las personas que visitan un restaurante lo hace por motivos propios las cuales fueron un 27%, 26% lo hace porque tienen un ambiente familiar, 25% porque les brindan un fácil acceso y un 22% por el tiempo. Las personas tienen motivos propios por las cuales van a un restaurante, sin embargo todos tienen la misma expectativa sobre ellos, los cuales son recibir productos de calidad y un buen servicio.

**14. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un plato principal de mariscos?**

**Objetivo:** Detectar el monto por el cual estarían los consumidores dispuestos a gastar.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
De \$3.00 a \$6.00	77	20%
De \$6.00 a \$9.0	161	42%
De \$9.00 a \$15.00	146	38%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>





**Hallazgos:** De acuerdo a la población en estudio un 42% están dispuestos a pagar entre \$6 a \$9 por un platillo de mariscos, 38% pagaría entre \$9 a \$15, y solo un 20% pagaría entre \$3 a \$6.

El precio que se demanda por un platillo de mariscos de calidad y proporcionalmente considerable esta valorizado entre \$6 a \$9.

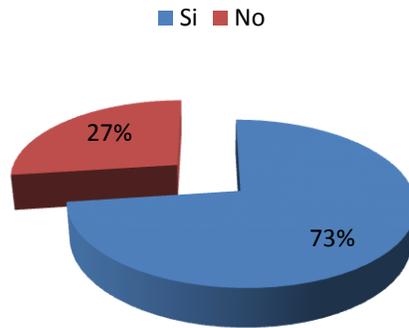
15. **¿El logo que le estamos presentando del Restaurante le llamaría la atención para tomarlo como una opción en sus visita de restaurante.**

**Objetivo:** Verificar el impacto que poseería el logo del restaurante hacia los consumidores.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Si	280	73%
No	104	27%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



### El Logo como factor considerable para visitar un restaurante

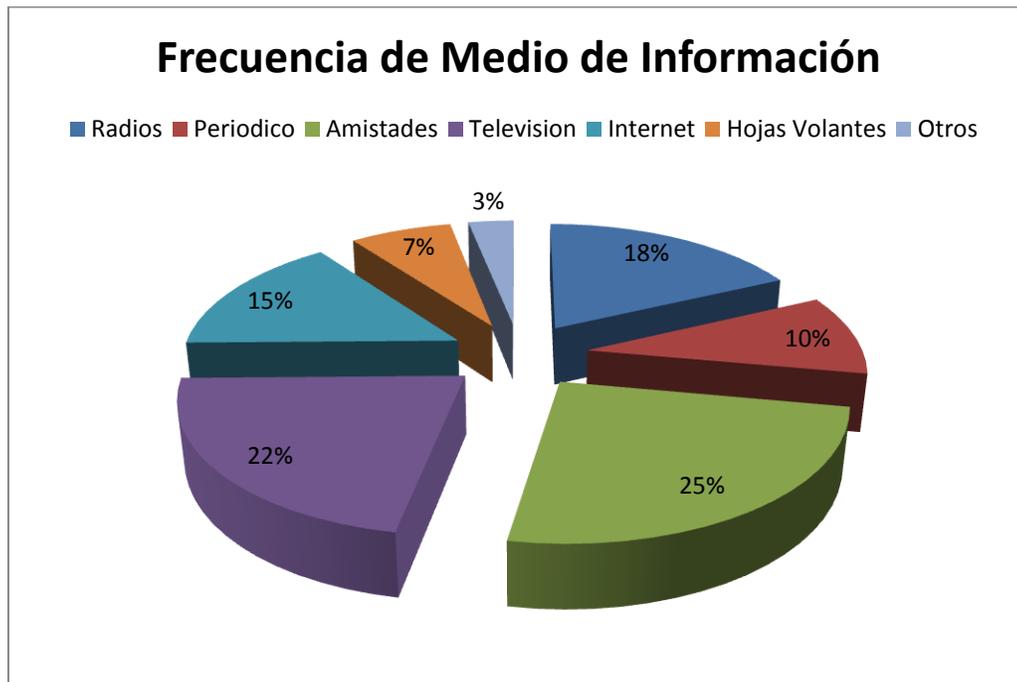


**Hallazgos:** 73% de las personas consideran que si es un factor importante para visitar un restaurante, 27% considera que no lo es. Para la mayoría de la población el logo es un mecanismo de atracción hacia un restaurante, este les brinda confianza que al asistir sus necesidades serán atendidas por la empresa.

### 16. ¿Cuál es el medio que utiliza más para informarse acerca de comida?

**Objetivo:** Establecer el medio de información más utilizado.

Alternativa	Frecuencia	Valor Porcentual
Radios	69	18%
Periódico	38	10%
Amistades	96	25%
Televisión	84	22%
Internet	58	15%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Hallazgo:** 25% utiliza información directa a través de amistades, 22% se informa por la televisión, 18% por radios, 15% se informa por medio de internet, 10% utiliza el periódico, 7% se informa a través de hojas volantes, y el 3% restante utiliza otros medios para informarse. Todo medio de comunicación es útil para que una empresa de a conocer sus productos y servicios, sin embargo el medio más efectivo es la comunicación directa y la televisión.



**Entrevista dirigido al propietario del restaurante Faro de la Bahía.**

**.Objetivo:** Recabar información de cómo se encuentra actualmente la formación administrativa el restaurante el faro de la bahía.

<b>Nombre completo</b>	Osiris Amelia Baires Corleto
<b>Cargo</b>	Propietaria

**1- ¿Cómo está estructurado administrativamente en la actualidad el Negocio?**

- Propietaria: Osiris Amelia Baires Corleto
- Encargada de cocina: Yasmin Marisol Quintanilla
- Jefa de meseras: María Cecilia Quintanilla
- Cocineras: Lidia
- Meseras: Roxana

**2- ¿Se tienen establecidos los objetivos y las metas del negocio?**

No formalmente, se comunican al personal cada vez que se reúne pero no se dejan plasmadas en un papel.

**3- ¿Tiene el negocio una misión y una visión establecidas?**

No cuentan con una misión y una visión.



**4- ¿Tienen algún método de control de las diferentes actividades que se desarrollan dentro del negocio?**

Existen controles de inventario, Ingresos a bodega, reportes de venta y estados de resultados. Pero no son confiables ya que no se les da un seguimiento formal y tampoco se analizan resultados.

**5- ¿Qué métodos tienen para la contratación de personal?**

Se hace por medio de una entrevista, y una prueba práctica, al final se investiga la persona en sus empleos pasados.

**6- ¿De qué manera se hacen dar a conocer dentro del mercado?**

La única manera por la cual nos damos dar a conocer es la recomendación por medio de nuestros clientes y algunos programas que nos visitan de pueblos vivos.

**7- ¿Tienen alguna herramienta que les permita medir la satisfacción del cliente?**

La entrevista directa a los clientes que se encuentran en el establecimiento, si la respuesta es positiva, ya logramos el objetivo, pero si es negativa, buscamos la forma de lograr un cambio de percepción.

**8- ¿De qué manera manejan la alta competencia?**



Se investigan las fortalezas de la competencia y analizamos los aspectos que necesitamos mejorar para transformar lo negativo en positivo.

**9- ¿Tienen algún sistema que permita tener control de las finanzas de la empresa?**

Se realiza un tipo corte al final del día con las ventas realizadas pero no se le da el control adecuado.

**10- ¿De qué manera miden el rendimiento del capital de la empresa?**

No existe un método formal para realizarlo. En realidad no se lleva a cabo

.

**11- ¿Qué control tienen de las entradas y salidas de dinero?**

Esto se realiza en el corte al final de día en el cual se detallan las facturas de venta y los pagos realizados.

**12- ¿Cómo manejan el control de los inventarios de materiales y materias primas?**

Se establece un mínimo a tener en stock para no quedarse sin materiales, pero no se realiza el inventario físico.

**CAPITULO IV**

**CONCLUSIONES Y**

**RECOMENDACIONES**

## **5. Conclusiones y Recomendaciones**

### **5.1. Conclusiones.**

#### **Cuestionario.**

A través del análisis de la información encontrada y las encuestas realizadas se puede concluir que en una gran mayoría de la población migueleña suelen visitar los restaurantes, lo que hace factible el establecimiento de un restaurante ya que la alimentación es una de las necesidades básicas del ser humano, y comprobando al igual que el público sus preferencias de comidas se inclinan por carnes, pizza y en su mayoría la comida del mar (mariscos) la comida más apetitosa, manifestando los consumidores que su preferencia se debe al querer comer saludable y productos de calidad.

Al mismo tiempo, los consumidores manifestaron que uno de los principales motivadores al visitar los restaurantes son los niños todo ello por la razón de visitar un lugar con ambiente familiar, ya que ellos lo ven como un medio de distracción.

Se detectó que hay una relativa diferencia entre las personas q han asistido a un restaurante de mariscos en la ciudad de san miguel, dentro de los cuales ellos manifestaron que la calidad de los platillos ha sido regular en una mayoría y consiguientemente mala, esto se debido a que los consumidores consideran que es por la calidad de los alimentos y al alto precio de ellos.

Oriente se encuentra con muchos lugares turísticos donde se ofrecen mariscos, de acuerdo a las encuestas realizadas, se detectó que Usulután es uno de los lugares donde se encuentran los mejores y mayor diversidad de mariscos, y tratando de poder trasladar la demanda de los consumidores, se determinó que uno de los lugares más adecuados para proporcionar un restaurante que se diferencie de otros ofreciendo ricos platillos a base de mariscos es plaza galerías en san miguel debido a la afluencia de cliente en la zona y tipos de clientes que transitan en ella, donde se

determinó que es por conveniencia y fácil acceso al área metropolitana, en donde se proporcionara a los clientes características que ellos buscan a la hora de comer como lo es productos y servicios de calidad, con rapidez del personal.

También se analizó que los consumidores están dispuestos a cancelar por un platillo de mariscos de \$6 a \$9 en un gran porcentaje, igualmente manifiestan que el logo de Restaurante Faro de la bahía, podría ser una de las razones por las cuales les gustaría visitar el restaurante. Los encuestados indican que uno de los medios más utilizados para informarse acerca de la comida, son sus amistades y la televisión.

### **Entrevista.**

La entrevista al dueño del negocio prueba que las actividades de orientación del negocio se realizan de una forma empírica, es necesario que las metas sean establecidas de una manera formal, para poderla comunicar a todos los empleados y estos entiendan hacia dónde se quiere llegar.

La falta de una misión y una visión impide al personal establecer una conexión con la empresa, ya que la misión determina el por qué, los principios y valores del negocio, mientras que la visión permite definir hacia donde se quiere llevar a la empresa en un futuro no muy lejano. En cuanto a los controles de inventarios no son confiables ya que no se les da un seguimiento continuo ni se guarda ningún registro de estos.

La ausencia de un método o herramienta para el proceso de contratación del personal permite que personas posiblemente no calificadas ocupen los diferentes puestos de la empresa. No se tienen estrategias de mercadeo para darse a conocer, esto disminuye la cantidad de personas que están enteradas de la existencia del Restaurante el faro de la bahía.

El aspecto más importante de todo negocio es la satisfacción del cliente, la mejor forma de comprobar el grado de satisfacción. El método que usa la empresa para medir el grado de satisfacción es el de la entrevista directa con el cliente. Este método permite saber de forma inmediata en qué grado se logró satisfacer al cliente. Se necesita realizar un estudio a profundidad de los competidores y por qué los clientes los prefieren. En el aspecto de la mejora continua, la empresa si tiene claro el concepto.

Es necesario formalizar tanto los controles financieros como los de inventarios de la empresa para tener un registro confiable y en su medida exacta de todos los movimientos que se realizan.

Se necesita medir el rendimiento del capital en la empresa para comprender el estado de la empresa y sus finanzas. Existe un control de las entradas y salidas de dinero, pero este se da a diario y no se guarda ningún registro de estas, esto lleva que a fin de mes no se pueda determinar con exactitud las ganancias o pérdidas que se obtuvieron.

## **5.2. Recomendaciones**

La recomendación principal es legalizar la empresa; ya que esto constituye un freno a la hora utilizar herramientas publicitarias para atraer a los consumidores, por que darse a conocer a mayor escala atraería problemas también con el Ministerio de Hacienda, los cuales podrían llegar a clausurar el lugar por Evasión de Impuestos.

Se recomienda la creación de un área de diversión para niños, ya que éste resulto ser uno de los aspectos que resultan atractivos para los consumidores. Para lograr satisfacer las exigencias de sus consumidores, sería ideal construir un ambiente acorde a lo que se está dando a los clientes.

La atención al cliente y la calidad de la comida son de vital importancia para la satisfacción de los clientes, por lo que se recomienda capacitar al personal cada cierto tiempo. Se recomienda mantener el Nombre y Logo de la empresa para que este se posicione en la mente de los clientes frecuentes y resulta atractivo para los que aún no visitan el lugar. Aplicar un manual de puestos y funciones, para determinar las responsabilidades de cada uno de los integrantes de la empresa.

Utilizar herramienta de marketing y publicidad para dar a conocer los servicios y posicionarse en la mente de los consumidores.

Comprar un programa de facturación e inventarios, que genere información importante al momento que se necesite.

### **Limitaciones de la investigación**

Ciertos aspectos ocasionaron algunos atrasos en la investigación de campo, para la toma de entrevistas se detallan a continuación:

- No todas las personas que se quieren entrevistar son colaboradoras para responder a las preguntas de investigación ya sea por cuestiones de tiempo o aspectos personales.
- Poca disponibilidad de tiempo por parte de los propietarios de la organización.
- El difícil acceso a algunos lugares ubicados dentro de la delimitación territorial.

# **CAPITULO V**

## **PROPUESTA: PLAN DE NEGOCIO RESTAURANTE EL FARO DE LA BAHIA**

## **6. Propuesta**

En este capítulo, se presenta una propuesta de Plan de Negocios para la Formalización del Restaurante el Faro de la Bahía, tanto en el área administrativa, como financiera y mercadológica.

Para su elaboración, se recopiló información sobre la situación actual de la empresa. Para un estudio a fondo del negocio, se realizó un estudio FODA, el cual es agregado en la segunda etapa del Plan de Negocios (Estudio de Mercado).

### **Estructura del Plan de Negocios:**

- ❖ RESUMEN EJECUTIVO
- ❖ DATOS DEL NEGOCIO
- ❖ DESCRIPCION ACTUAL DEL NEGOCIO
- ❖ `CLASIFICACION
- ❖ DIAGNOSTICO DE LA ADMINISTRACION

*Propuesta de Administración General*





*PLAN DE NEGOCIOS*  
*RESTAURANTE*  
*FARO DE*  
*LA BAHIA*





## 6.1. RESUMEN EJECUTIVO

Restaurante “Faro de la Bahía” tiene como idea principal vender a sus clientes platos preparados a base de mariscos y otras especialidades, teniendo como platos principales los hechos a base de mariscos. Así mismo, cuenta con diversidad de especialidades a fin de satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores. La propuesta de valor es ofrecer platos de comida con mariscos como ingrediente especial, ya que Los productos del mar por lo general contienen un alto contenido proteico, En los pescados y mariscos abunda el hierro, calcio, yodo y zinc. El hierro previene la anemia, el zinc favorece el crecimiento, el calcio es esencial para el crecimiento y formación de huesos y el yodo previene el bocio. En cuanto a las vitaminas destaca presencia de la vitamina B, que ayuda al sistema nervioso y la vitamina A, que tiene relación con el crecimiento de una piel sana

Los mariscos son alimentos de origen animal y natural con abundantes beneficios para la salud, por lo cual son uno de los alimentos preferidos de los consumidores. Hemos detectado que dentro del mercado actual no hay ningún lugar que ofrezca a sus clientes especialidades propiamente elaboradas con productos frescos y que realcen el sabor de la comida del mar.

El producto ofrecido por Restaurante Faro de la Bahía va dirigido a personas de cualquier edad que tengan poder adquisitivo y vivan en la zona metropolitana de San Miguel, sin importar el estado civil, ocupación o nivel educativo, simplemente que les guste disfrutar de una comida con buen sabor teniendo un toque innovador (Platillos elaborados con mariscos); con un estilo de vida moderno, alegre, dinámico, entusiasta, innovador, que les guste experimentar nuevas cosas, y que frecuentan salir a comer a restaurantes a



cualquier hora y día de la semana, disfrutando de un ambiente familiar, higiénico, cómodo y seguro.

En base al mercado hacia el cual Restaurante Faro de la Bahía va dirigido, se enfoca a un público objetivo el cual está acostumbrado a tener que realizar viajes familiares hacia el interior del país para poder consumir platos elaborados a base de mariscos de calidad, en lugares que no siempre son seguros y mucho menos higiénicos.

En el plan de negocios se ha definido la competencia de forma directa e indirecta por lo que se ha estudiado de una forma más precisa a restaurantes que se encuentran en las zonas aledañas a Metrocentro San Miguel como su competencia directa.

En cuanto a las estrategias de ventas el restaurante utilizará lo visual que es lo que va a percibir el cliente al momento de recibir el platillo en la mesa y cuando entre al restaurante, y en cuanto a la vestimenta de meseros, menú y el ambiente del lugar

El proyecto promete ser muy rentable, capaz de financiar sus operaciones y obtener ganancias en un periodo corto de tiempo de una forma gradual, por lo que para esto se harán estudios financieros en los que tomará en cuenta todo lo necesario para montar este restaurante.

### **Descripción de productos y servicios del Restaurante Faro De La Bahía**

El restaurante “Faro De La Bahía” le ofrecerá a todos sus clientes una amplia gama de platos fuertes de especializados en mariscos y otras diversidad de platos de comida , como mariscada, camarones, pescado, conchas, ceviches, langostas etc. que serán sus especialidades como otra opción para nuestros cliente se ofrecerá pollo, carnes, sopas, y también diferentes saludables ensaladas teniendo siempre como especialidad los mariscos en todos sus platillos y tendrá como pilar fundamental la atención al cliente ya que todas las



personas que trabajen en el restaurante demuestren que lo más primordial es el cliente que visite el restaurante y dándoles precios accesibles en los platillos .

“Restaurante Faro de la Bahía” brindará el servicio emplatado o servicio a la americana con la características de colocar los alimentos en un plato desde la cocina hasta llevarlo a la mesa del cliente, con la ayuda de los meseros, ofrecerá partiendo desde su imagen tanto con el restaurante y platillos hasta la atención que brindará hará que las personas disfruten del mismo sabor del mar aquí en la ciudad, brindando un ambiente acogedor el cual podrán disfrutar con familias y amigos.

El restaurante estará ubicado estratégicamente sobre en plaza galerías, San Miguel el cual atenderá los siete días de la semana en el siguiente horario: Abriendo a las 09:00 a.m. hasta las 10:00 p.m. todos los días.

**Necesidad que satisfacen los productos ofrecidos por El Restaurante Faro de La Bahía:**

Faro de la Bahía tiene como objetivo satisfacer las necesidades de comer bien a un precio justo, disfrutar de un momento agradable, cómodo y seguro, además de ofrecer innovación en varios platillos con diversidad de mariscos.

Se crearán platillos con la ayuda de personas en la rama de la alimentación para la implementación del menú tomando en cuenta los clásicos sabores caseros, por tanto se tratará de llevar a los clientes a que vivan una experiencia única y acogedora a su vez la cocina de Faro de la Bahía ofrecerá platillos saludables y por ende tendrán un bajo contenido en grasa y la disminución de riesgo del colesterol y su variedad de vitaminas.



---

## DATOS DEL NEGOCIO

**Dirección:** El Restaurante el Faro de la Bahía Tendrá su Ubicación en Plaza Galerías, ciudad San Miguel

**Propietaria:** Osiris Amelia Baires Corleto

**Tipo de empresa:** Según la actividad que desarrolla, la empresa se clasifica como comercio y servicio al cliente.

## ESTADO ACTUAL DEL RESTAURANTE FARO DE LA BAHIA.

Restaurante Faro de la Bahía actualmente es un plan de negocios con el objetivo de que sea viable, interesante y sobretodo factible para cualquier inversionista que esté interesado en comenzar un negocio propio y cuente con el capital necesario para echarlo a andar. El proyecto comenzó formalmente en marzo del 2013, con un grupo integrado por tres personas de la Universidad De El Salvador el cual tiene previsto estar finalizado en un 100% la primera semana de Octubre del 2013, para poder poner el restaurante a partir de enero del 2014.

## CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Criterio Económico.<sup>10</sup>

Según el criterio económico las empresas se pueden clasificar en:

---

<sup>10</sup> Comentarios sobre el Código de Comercio de El Salvador. Lic. Julio Cesa Martínez, Tomo II, Año 2007, pág. 46.



-Semibásica: producen mercancías destinadas a satisfacer directamente las necesidades vitales de la población. Dada las clasificaciones de los criterios económicos, podemos determinar que la empresa Restaurante Faro de la Bahía pertenece a la categoría de semibásica, ya que está se dedica a suplir las necesidad vitales de los clientes, y son ellos mismos quienes les asignan el grado de importancia.

#### Criterios según Actividad que Desarrolla.<sup>11</sup>

Desde el punto de vista de su actividad o giro la empresa tiende a ser:

Comerciales: son intermediarias entre producto y consumidor; su función primordial es la compra venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

Servicio: como su denominación lo indica, son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos

La empresa Restaurante Faro de la Bahía se desarrolla según su actividad en la categoría comercial ya que es intermediaria entre producto y consumidor y de servicio porque proporciona un servicio a la comunidad.

#### Criterio Jurídico.<sup>12</sup>

Ya ha quedado establecido que CONFORME al Art. 2 del Código de Comercio, el comerciante (individual o social) es el titular de una empresa mercantil. En ese sentido se explicó también que la empresa es una cosa mercantil y dentro de su clasificación es una cosa típicamente mercantil, entonces puede decirse que la empresa puede ser:

---

<sup>11</sup> Comentarios sobre el Código de Comercio de El Salvador. Lic. Julio Cesar Martínez, Tomo II, Año 2009, pág. 50.

<sup>12</sup> Comentario sobre el código de comercio de El Salvador. Lic. Julio Cesar Martínez, Tomo II, Año 2009, pág. 52.



-**Empresas individuales:** es una persona física que realiza en nombre propio y por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional.

-**Empresas individuales de recursos limitados:** Clasificada como micro y pequeña empresa, algunos especialistas destacan la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas

Se ha considerado que la empresa está clasificada como una microempresa donde es de gran relevancia el número de ventas y capital del propietario el cual es una persona.

### **Criterios según la Duración.**

Las empresas pueden clasificarse en la siguiente categoría:

Empresas permanentes: son empresas que son constituidas sin tomar en cuenta un periodo de vida determinado, es decir, se crean sobre la base de la perpetuidad.

Según esta clasificación se establece que “Restaurante Faro de la Bahía” es una empresa permanente ya que abrió sus puertas al mercado oriental sin determinación de periodo de cancelación.

### Criterio su origen de Capital

Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quienes dirijan sus actividades, las empresas puede clasificarse en:

-**Privadas:** lo son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa. A su vez, pueden ser nacionales, cuando los inversionistas son nacionales o nacionales y extranjeros, y transnacionales, cuando el capital es preponderantemente de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen.



Restaurante Faro de la Bahía es una empresa privada ya que la única persona inversionista es la propietaria y ella financia sus inversiones y su desarrollo se da de manera nacional en un sector en específico; dicha empresa funciona con fines lucrativos.

#### Criterio según Tamaño de la Empresa.<sup>13</sup>

Según el tamaño de la empresa se pueden clasificar en microempresa

Micro: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).

#### Criterio de Mercados que Abastece

De acuerdo a este criterio la empresa se clasifica en:

**Micro-empresa:** Cuando abastece mercados locales.

Por lo tanto podemos establecer que la empresa es una pequeña empresa, ya que el desarrollo de sus operaciones se extiende a través de la zona oriental del país.

#### Criterios de Producción

Este criterio clasifica a la empresa de acuerdo con el grado de maquinización que existe en el proceso de producción:

**Empresa pequeña:** es aquella en la que el trabajo del hombre es decisivo, o sea que su producción es artesanal aunque puede estar mecanizada; pero si es así, generalmente la maquinaria es obsoleta y requiere de mucha mano de obra para la elaboración de los productos.

---

<sup>13</sup> Comentarios sobre el Código de Comercio de El Salvador. Lic. Julio Cesar Martínez, Tomo II, Año 2009, pág. 50 y 51.



Restaurante Faro de la Bahía es una pequeña empresa dado los criterios de producción establecidos, debido a que el desarrollo de sus actividades es mayormente manual, poseen poca maquinaria, sin embargo esta tiene un segundo grado de importancia.

#### Criterios de Personal.

De acuerdo al criterio de FUSADES si una empresa tiene entre 1 a 10 trabajadores son micro-empresas; entre 11 a 19 trabajadores se considera pequeña empresa; de 20 a 99 trabajadores son medianas empresas; y de 100 trabajadores en adelante son empresas grandes.

Se contará con alrededor de 8 empleados, tomando en cuenta las subcontrataciones que realizar, por lo tanto, la cantidad de personal no excede a los diez empleados. Según los criterios anteriores y el criterio de FUSADES, la empresa en estudio se clasifica como micro-empresa.

## PLANEACION

**Misión y Visión:** A pesar del hecho que la Gerente del negocio posee su propia misión y visión, estas no se encuentran por escrito y no son del conocimiento de los empleados.

**Valores:** No existen de forma escrita, solo se practican de manera empírica y estos son inculcado por la propietaria.



**Objetivos:** no posee objetivos establecidos por escrito, y los empleados no conocen los objetivos administrativos y financieros de la gerencia.

**Políticas:** No poseen políticas formales por escrito.

## ORGANIZACIÓN

**División del trabajo:** Los trabajadores tienen conocimiento claro de sus funciones y actividades pero estas no están establecidas por escrito ni existen manuales que lo expresen.

**Departamentalización:** la empresa no posee sección de sus áreas por escrito.

**Organigrama:** La empresa no posee un organigrama establecido ni definido formalmente, sin embargo los empleados conocen los niveles jerárquicos dentro de la organización.

**Jerarquización:** La propietaria y gerente se encarga de administrar todo el negocio dado que la cantidad de empleados permite tener un control adecuado sin necesidad de la intervención de terceros.

**Unidad de mando:** La propietaria es quien ejerce la autoridad en la empresa y todos los empleados respetan este principio.

**Tramo de control:** la relación es directa entre los empleados y Gerente.



---

**Centralización:** Todas las actividades realizadas están bajo la supervisión de la Gerente.

**Clima organizacional:** Se percibe un agradable ambiente laboral de compañerismo, cooperación entre ellos, lo cual facilita el desempeño en su trabajo.

**Manuales Administrativos:** No existen manuales establecidos por escrito que faciliten la coordinación y la comunicación en las tareas.

## DIRECCIÓN

**Tipo de liderazgo:** La toma de decisiones la realiza la Gerente.

**Motivación:** Para motivar al personal se genera un ambiente agradable en cuanto a las relaciones interpersonales, así como los incentivos monetarios que se reflejan en los salarios.

**Comunicación:** La comunicación existente entre los empleados, gerente y el propietario se puede considerar una comunicación directa, pero informal.

## INTEGRACIÓN

**Reclutamiento:** Este se realiza en mayor parte de manera interna, es decir que cuando se necesita los servicios de una nueva persona se les comunica a los empleados para que estos



comuniquen a las personas que ellos consideran que cumplen con las características que el puesto exige.

**Selección y contratación:** La empresa solo pone a prueba al empleado, después se evalúa la calidad y servicio y de esto depende la contratación del trabajador.

**Inducción:** El proceso de inducción que realizan es bastante práctico ya que solo se le da a conocer el área de trabajo, se presenta a la gerente y con los compañeros de trabajo; se le entregan sus respectivas herramientas.

**Compensación:** Los empleados se encuentran contratados bajo el esquema de salario fijo más porcentaje de propina.

**Evaluación del desempeño:** esta se mide a partir de la calidad de servicio que preste al cliente el trabajador y la eficiencia con la que realice sus labores diarias.

## CONTROL

**Supervisión:** La supervisión hacia los empleados es realizada por la Gerente y Propietaria.

**Control de Calidad:** Existe control en calidad de cada procedimiento hasta que el producto llega a las manos del cliente.



**Control de Cantidad:** El volumen de producción no está establecido ya que se realizan por órdenes de cliente o por demanda.

**Control de Tiempo:** No existe control de tiempos establecido para terminar producto, sino que se debe de cumplir con estándares de la empresa.

**Control de Personal:** Los empleados no se encuentran laborando por contrato, lo que hace innecesario un sistema de control de recursos humanos.

## PROCESO OPERATIVO

### ❖ Finanzas

#### **Estructura Financiera Interna**

Se maneja un capital circulante en la empresa, así como una gama de financiamiento a partir de los ingresos, proveedores e instituciones financieras.

#### **Fuentes de financiamiento**

La principal fuente de financiamiento de la empresa son sus respectivos ingresos por ventas, asimismo, los proveedores poseen un plan de financiamiento para sus clientes – en este caso la empresa cuenta con disposición de créditos a la empresa por su solvencia financiera.

#### **Estructura de ingresos**

La empresa trabaja bajo el sistema ingreso por ventas diarias.

#### **Estructura de egresos**

Los egresos están constituidos principalmente por gastos operativos, compra de materia prima y pago de mano de obra.



### **Estructura de presupuestos**

La empresa no cuenta con presupuestos ni proyecciones de ventas. Pero si se elaboran presupuestos para cada orden específica para determinar los precios de los productos.

### **Créditos (proveedores y clientes)**

Los proveedores otorgan créditos a corto plazo. Pero la empresa no otorga créditos a sus clientes.

## **Restaurante Faro de la Bahía (Plaza Galerías)**

### **Misión Propuesta.**

Restaurante Faro de la Bahía es un restaurante comprometido a ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia de comida combinada a un buen servicio a todos nuestros clientes, no dejando a un lado sobrepasar las expectativas con un menú diferente e innovador con platos especializados en mariscos ofreciendo al mismo tiempo diversidad en comida con un sabor inigualable y un ambiente acogedor a nuestros clientes y colaboradores.

### **Visión Propuesta.**

Posicionarse en el mercado miguelense como una de los restaurantes con una buena aceptación a través de su servicio con calidad humana, principios éticos y asimismo calidad e



innovación en sus platillos. Logrando de esta forma, ser una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada para la satisfacción plena de nuestros clientes.

### **Objetivos.**

#### **General:**

- ❖ Que el cliente disfrute de su estancia con sus familiares y amigos disfrutando de la comida con buen sabor y calidad. Así como también que en cada una de sus visitas, se lleven una buen impresión del sabor y del buen servicio de Restaurante Faro de la Bahía.

#### **Específicos:**

- ❖ Que los clientes disfruten de una cómoda estancia con sus familiares y amigos.
- ❖ Satisfacer las necesidades y deseos de los clientes.
- ❖ Darle importancia a cada uno de nuestros clientes pues de ellos depende nuestro éxito.
- ❖ Conocer los servicios que vendemos y adecuarlos a las necesidades de nuestros clientes
- ❖ Lograr un crecimiento económico importante que se vea reflejado año tras año en el fortalecimiento de nuestra marca y la ampliación de nuestra cobertura

### **Valores de la organización Propuestos.**

- ❖ Lealtad
- ❖ El cliente primero
- ❖ Trabajo en equipo



- ❖ Mejora continua.
- ❖ Honestidad.
- ❖ Respeto mutuo.
- ❖ Calidad
- ❖ Colaboración

### **Políticas**

- ❖ Ofrecer un servicio bien seleccionado, preparado, procesado y presentado y servido a un cliente cada vez más específico.
- ❖ Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, muebles, equipo de trabajo y alimentos.
- ❖ Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamiento para con el cliente.
- ❖ Proporcionar al cliente un producto sano de excelente sabor y nutritivo.
- ❖ Manejamos precios accesibles para todo tipo de cliente, es importante siempre dar la opción para cada necesidad con una carta variada en opciones.

### **Metas Propuestas:**

- Maximización de la producción.
- Mano de Obra eficiente.
- Implementación de publicidad.
- Atracción de clientes potenciales.



- Aumentar el margen de utilidad.

### **Ventajas:**

El Plan Nacional del año 2014, tiene como Visión, consolidar para esta fecha las actividades que tienen como eje principal el desarrollo económico del país. Convirtiéndose en un destino sostenible y competitivo en relación con Centroamérica; por lo que este rubro está siendo promovido a través de actividades y proyectos creados por el gobierno de El Salvador.

### **Resumen del Negocio**

Restaurante Faro de la Bahía es un restaurante que ofrece al público en general platillos especializados en mariscos, es una empresa de comercio de acuerdo a su giro y es considerada como una micro empresa según su capital.

### **Servicio de Restaurante**

Actividad con la que se inicia el negocio, actualmente se ofrece un menú de variados platillo elaborados con marisco especialmente, aves, carnes y mariscos; se ofrecen además, cocteles, entradas, postres y bebidas con y sin licor.

Todos los platillos son elaborados en el momento de su orden con materias primas frescas.



El menú debe presentar diferentes opciones, enfatizando su especialidad en mariscos, ofertando un atractivo.

### Simbología.



Unidades Funcionales



Relación Horizontal de Autoridad



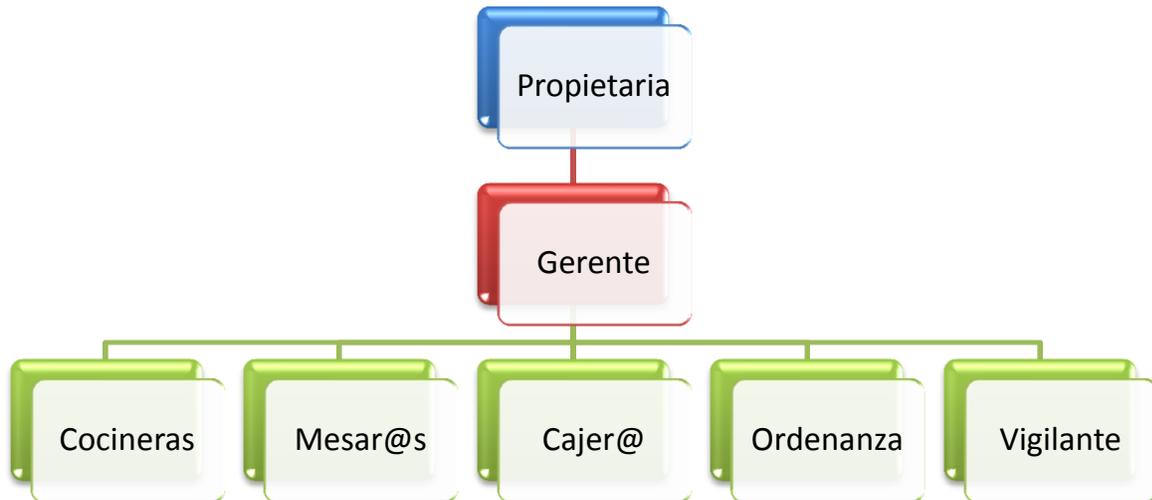
Relación Vertical de Autoridad



Línea de Coordinación de Asesoría

### Estructura Organizacional

La estructura del restaurante Faro de la Bahía será estructura lineal funcional dado que se caracteriza por la autoridad y delegación de funciones y responsabilidades.





**Análisis FODA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena calidad en los platillos</li> <li>- Excelente calidad en el servicio</li> <li>- Platillos bien presentados</li> <li>- Personal bien entrenado</li> <li>- Restaurante contara con ambiente agradable.</li> <li>- Conocimiento en el área de comida.</li> <li>- Restaurante con productos innovadores y diversificados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento en la zona que se establecerá el restaurante.</li> <li>- Fuerte demanda de comida en el área.</li> <li>- Local accesible</li> <li>- Fuerte lanzamiento de marketing.</li> <li>- Local con parqueo disponible.</li> <li>- Fuertes lazos con proveedores</li> <li>- Buenas fuentes de financiamiento.</li> <li>- Precios accesibles</li> <li>- Buenas promociones</li> <li>- En la actualidad las personas interesadas en cuidar de su alimentación está en crecimiento.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevo restaurante</li> <li>- Al ser nuevo no es conocido y no está posicionado en la mente de los consumidores.</li> <li>- Está dirigido a un segmento bien específico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento acelerado de restaurantes.</li> <li>- Existe una gran posibilidad que nuevos restaurantes traten de imitar las características del negocio</li> </ul>



# RECURSOS HUMANOS





---

## **6.2. Recursos Humanos**

### **SITUACION ACTUAL**

#### **División Del Trabajo**

Los empleados tienen conocimiento claro de sus funciones aunque no cuenta con un organigrama por escrito y visible para el personal.

#### **Departamentalización**

No cuenta con una división estructural de clasificación en el trabajo por departamentos, la empresa no posee departamentos, por su tamaño solamente se puede realizar un organigrama en base a sus funciones

#### **Jerarquización**

Si, existen niveles jerárquicos dentro de la empresa, propietaria, gerente por consiguiente el contador, mesero, cajero, ordenanza etc.

#### **Unidad De Mando**

La Gerencia General es quien ejerce el mando hacia los demás empleados.



---

## **Autoridad**

La autoridad que se ejerce es de manera lineal, es decir de la Gerencia hacia los demás empleados.

## **Tramo De Control**

El jefe tiene comunicación directa con cada uno de sus empleados según el área que corresponda; el Gerente General se involucra según sea necesario en los procesos, facilitando la comunicación al mismo tiempo que la Gerencia y cada Jefe pueda administrar de forma eficaz y eficiente al personal, generando cooperación en todos los niveles jerárquicos.

## **Manuales**

La empresa no cuenta con manuales que describen las funciones tanto administrativas como operativas.

## **Clima Organizacional**

El ambiente de trabajo en el que se desenvuelve todo el personal es de forma favorable por existir buenas relaciones entre patrono-empleados, entre los mismos empleados, proveedores y clientes, las relaciones son abiertas y agradables en donde existe mucho compañerismo y cooperación mutua.



---

## **Cultura Organizacional**

La empresa posee una buena cultura corporativa, ya que los empleados conocen y ponen en práctica valores de la empresa, como lo son la responsabilidad, la honestidad, la dedicación.

### **Tipo de liderazgo**

El liderazgo implementado dentro de la empresa es democrático ya que se toma en cuenta las opiniones y participación de todos los empleados, pero la toma de decisiones la realiza el Gerente.

### **Motivación.**

En la empresa se considera que se motiva a los trabajadores haciendo el ambiente lo más favorable posible, entre los aspectos que propician tal ambiente laboral son los pagos puntuales, incentivos anuales, prestaciones legales, entre otros aspectos motivacionales.

### **Comunicación.**

Existen buenas relaciones de comunicación e información entre el jefe y el subordinado (comunicación lineal), por el hecho que se brinda confianza en las relaciones laborales.



---

## **Supervisión.**

La empresa realiza supervisión en cada una de las áreas con las que cuenta y donde pone mayor énfasis es en la producción (preparación de sus platillos).

Esta se da de manera constante a través del supervisor, con el fin de lograr la calidad deseada en la elaboración de productos así como en el ambiente laboral de la organización.

## **Reclutamiento**

Se utilizan técnicas de reclutamiento externo en la misma comunidad, gradualmente la persona viene y solicita la oportunidad de practicar y si hay alguna vacante o necesidad se le da el empleo. Como el personal es de la comunidad y es conocido no es un requisito presentar la solicitud de trabajo

## **Selección y Contratación**

La decisión de la selección y contratación del personal es tomada por el gerente, se da de manera informal, se utiliza la técnica de observación directa sobre las destrezas, habilidades y experiencia del candidato a través de un tiempo de prueba debido a que personal no se somete a un proceso de selección.



---

### **Inducción**

El proceso de inducción que realizan es bastante informal ya el único procedimiento que se lleva a cabo es que se le da a conocer el área de trabajo, se presenta con los compañeros de trabajo en la que se explica detalladamente cuál será su función.

### **Entrenamiento**

El entrenamiento no se realiza de manera formal, y no tiene una estructura básica, ya que se realiza cuando el empleado tiene poca experiencia, este entrenamiento es responsabilidad del supervisor o un empleado que cuente con el conocimiento y experiencia suficiente para realizarlo.

### **Compensación**

Beneficios que reciben los empleados en un porcentaje de las utilidades y propinas del negocio.

### **Evaluación del Desempeño**

La evaluación del desempeño se realiza periódicamente por parte del gerente, es de manera informal ya que no se cuenta con ningún formato de evaluación del desempeño lo único que se toma en cuenta es dependiendo de la función que estos realizan, también se toma en cuenta la calidad y constancia que posea en su labor.



## **Prestaciones y beneficios**

### **❖ Indemnización, vacación, aguinaldo**

La empresa cuenta con una bonificación por rendimiento, como también otras prestaciones adicionales.

Los empleados de la empresa tiene derecho según lo estipulado en el código de trabajo, a 15 días de descanso remunerado en el año, y a recibir aguinaldo en base al salario más el 30% de este cumplido un año laboral y recibir indemnización aplicadas a la ley.

### **❖ Salario**

Los empleados tienen derecho a un salario de acuerdo a lo establecido en la ley (Código de Trabajo art.119, art.126, art.142), además reciben una remuneración por la productividad que cada empleado tiene según su desempeño, existen empleados permanentes y empleados temporales y estos últimos con derecho a indemnización al finalizar su temporada.

Dentro de las prestaciones que realiza la empresa son salarios con lo establecido a la ley, se cotiza y ISSS, AFP, y el pago es semana y en efectivo.

Las personas que prestan su servicio en la que forman un equipo de trabajo, haciéndose merecedores de derechos y obligaciones, por esta razón se pone al tanto de algunos de estos, para que lo tengas en cuenta durante tu servicio en la empresa.



Los trabajadores tienen derecho a:

- ❖ Que se les dé capacitaciones, por lo menos dos veces al año.
- ❖ Que se les pague su salario en la forma cuantía, fecha y lugar convenido.
- ❖ Que se les pague una cantidad equivalente al salario que habría devengado durante el tiempo que dejare de trabajar por causa imputable al patrono.
- ❖ Que se les conceda licencia para cumplir obligaciones de carácter público y familiares que ocasionalmente requieren de su presencia, como en los casos de muerte, enfermedad grave de su cónyuge o compañera de vida, de sus ascendientes o descendientes.
- ❖ Que se les proporcione en buen estado, los útiles, herramientas, equipo y materiales que sean necesarios para ejercer trabajo con la debida precisión y seguridad.
- ❖ Que se les proporcione las prendas de protección personal, como botas, guantes, anteojos, mascarillas, que fueren necesarias de conformidad a la índole de la labor que se realice en cada una de las secciones de la fábrica.
- ❖ Contar con un día de descanso semanal remunerado y que será día domingo, el cual será, remunerado.
- ❖ Vacaciones después de un año continuo en la empresa, con una duración de quince días, remuneradas con una prestación equivalente al salario ordinario correspondiente a dicho lapso, más un 30%



## PLAN DE PERSONAL

En este apartado se muestra el perfil de los puestos a ocuparse en la empresa, así como el proceso de reclutamiento y selección entre otros.

### **Descripción de los cargos a Ejercer.**

**Propietaria:** Encargada de velar por el financiamiento y distribuir las utilidades de las empresa.

**Gerente:** El tipo de contrato laboral será de tiempo indefinido lo cual no tiene definida la fecha de finalización.

El horario de trabajo empieza antes de la apertura del restaurante con una hora de entrada desde la 09:00 a.m. hasta la hora de cierre del restaurante ya sea de lunes a jueves y día domingo hasta las 9:00 p.m. y los días viernes y sábado hasta las 10:00 p.m., será el encargado de velar por un ambiente agradable del restaurante y a su vez realizando tareas administrativas o funcionales del restaurante.

También este llevará a su cargo el abastecimiento de la materia prima y los suministros, realizara y recibirá los pedidos, pagará oportunamente a los proveedores del restaurante y a cada uno de los empleados que laboren en el. Así como también llevara el control de los estados financieros y todo lo relacionado con la contabilidad.

No será remunerado con un salario fijo sino obtendrá un porcentaje de la ganancia recibida establecido y acordado por los accionistas.



**Cocineras:** El tipo de contrato laboral será de tiempo indefinido lo cual no tiene definida la fecha de finalización.

El horario de trabajo será desde las 10:00 a.m. Antes de la apertura del restaurante para comenzar con la preparación de la materia prima. De Lunes a jueves y domingo hasta las 9:00 p.m. mientras que viernes y sábado hasta las 10:00 p.m.

Será el encargado de darle el sabor y olor a todos los platillos que el restaurante ofrece y a su vez será la mano creativa en los platillos, manteniendo así higiene y control de la cocina.

**Meseros:** El tipo de contrato laboral será de tiempo indefinido lo cual no tiene definida la fecha de finalización.

Habrán tres meseros los cuales tendrán un horario de trabajo de lunes a domingo. La función de estas personas será basada en la buena atención y servicio al cliente ya que son las personas con las que los clientes tienen más interacción y contacto y responder a las quejas de los clientes de una forma adecuada.

**Cajero:** El tipo de contrato laboral será de tiempo indefinido lo cual no tiene definida la fecha de finalización.

Como cajero será responsable de:

- Recibir los pagos de los clientes
- Mantener un registro de estos pagos



- Preparar el reporte de caja diariamente.
- Saludará siempre a los clientes con una sonrisa amistosa.

**Ordenanza:** El tipo de contrato laboral será de tiempo indefinido lo cual no tiene definida la fecha de finalización.

Es responsable de la limpieza de las cocinas y de todo el restaurante, así como de conservar el equipo y materiales de limpieza, además debe procurar que siempre existan los insumos de limpieza adecuados para las tareas asignadas.

**Vigilante:** El tipo de contrato laboral será de tiempo indefinido lo cual no tiene definida la fecha de finalización.

Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos. Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el objeto de su protección.

En general brindarles toda la seguridad necesaria a los clientes del restaurante para permitirles tener una estadía tranquila.

### **Proceso de integración del personal.**

Es el proceso para identificar e interesar candidatos para llenar las vacantes. Este proceso inicia con el reclutamiento, da apertura a la búsqueda de todos aquellos candidatos



potenciales y termina cuando se reciben las solicitudes de empleo. Es de esta manera como se obtiene un conjunto de solicitudes de todos aquellos interesados en los puestos.

❖ Reclutamiento.

Se establece la recepción de Curriculum Vitae, solicitudes de empleo, estos documentos son archivados y consultados previamente a una convocatoria de cobertura de plazas.

Estos documentos son archivados en una base de datos, pero solo se tomarán en cuenta aquellos que cumplan con el perfil que el puesto requiere.

❖ Selección.

Este proceso se llevará a cabo mediante las siguientes etapas:

- Entrevista inicial.
- Exámenes Psicométricos.
- Exámenes de conocimiento.
- Exámenes del área.
- Referencias.
- Exámenes médicos.

❖ Contratación

Una vez concluida la etapa de selección y se haya elegido al mejor candidato, se le pone firma la contrato para establecer una relación empresa-trabajo.



❖ Inducción al Personal

Consiste en la orientación, ubicación y supervisión que se efectúa a los trabajadores de recién ingreso, durante el periodo de prueba. A cada empleado de nuevo ingreso se le entregara un manual de bienvenida. Esta etapa implica comprender aspectos generales de la empresa.

❖ Políticas de Operación.

A continuación se presentan las políticas que los empleados deben cumplir, así como los derechos que les corresponde.

### **Reglamento Interno de Trabajo**

#### Disposiciones generales

La empresa denominada “Restaurante Faro de la Bahía” representada por el gerente general, formula el presente reglamento interno de trabajo que establece disposiciones obligatorias para el patrono y los empleados en el desarrollo de sus labores, así como circulares, avisos así como cambios a este reglamento que señale o indique la empresa.

Este reglamento debe contener los siguientes aspectos:

- I. Obligaciones.
  1. Jornadas de Trabajo.
  2. Horas Extra.
  3. Asistencia y Permanencia.
  4. Faltas.
  5. Permisos.



6. Área de trabajo.

II. Derecho de los trabajadores.

1. Días de Descanso.
2. Días de Asueto.
3. Pago a trabajadores.
4. Uniformes
5. Higiene y Seguridad.

III. Sanciones.

❖ Tabla de Sueldos.

A continuación se presenta una tabla donde se indica la remuneración de cada empleado.

PUESTO	SUELDO MENSUAL
<b>Gerente</b>	\$500
<b>Cocinera</b>	\$233.10
<b>Meseros</b>	\$233.10
<b>Cajera</b>	\$233.10
<b>Ordenanza</b>	\$200
<b>Vigilante</b>	\$200
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,599.30</b>



**MANUAL DE PUESTOS PROPUESTOS.**



**RESTAURANTE FARO DE LA BAHIA**

<b>CODIGO DEL CARGO</b>	001
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	GERENTE
<b>PERFIL</b>	Administrador de Empresas, contabilidad, finanzas
<b>SALARIO</b>	\$500
<b>PRESTACIONES</b>	Prestaciones de ley
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Experiencia mínima de 3 años en cargos similares
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Gerente , Jefe de Ventas
<b>FUNCIONES</b>	<p>Desarrollar planes de ventas.</p> <p>Realizar presupuesto de venta buscando superarlo.</p> <p>Supervisar que el centro de consumo cuente con el equipo necesario en optimas condiciones de limpieza como lo establecen los estándares.</p> <p>Controlar inventarios, como equipo en operación.</p> <p>Reuniones de personal</p> <p>Cursos de capacitación</p>



	<p>Solución de problemas de cliente.</p> <p>Desarrollar promociones</p> <p>Controlar en su totalidad los recurso del local.</p> <p>Manejo de personal, insumos , local.</p>
--	---



**RESTAURANTE FARO DE LA BAHIA**

<b>CODIGO DEL CARGO</b>	002
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	CAJERO
<b>PERFIL</b>	Bachillerato.
<b>SALARIO</b>	\$233.10
<b>PRESTACIONES</b>	Prestaciones de ley
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Experiencia mínima de 1 años en cargos similares
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Cajero en empresas del mismo rubro
<b>FUNCIONES</b>	<p>Control de entrada y salida de efectivo</p> <p>Registro de entradas y salidas de efectivo.</p> <p>Arqueo de caja.</p> <p>Cierre de caja</p>



**RESTAURANTE FARO DE LA BAHIA**



<b>CODIGO DEL CARGO</b>	003
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	MESERO
<b>PERFIL</b>	Bachillerato.
<b>SALARIO</b>	\$233.10
<b>PRESTACIONES</b>	Prestaciones de ley
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Experiencia mínima de 1 años en cargos similares
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Mesero, Atención al Cliente.
<b>FUNCIONES</b>	<p>Dar servicio a la mesa</p> <p>Prestar un servicio amable, eficiente, alto grado de profesionalismo.</p> <p>Verificar que el área de trabajo se encuentre aseada</p> <p>Tomar orden</p> <p>Cubrir necesidades de cliente.</p>



**RESTAURANTE FARO DE LA BAHIA**

<b>CODIGO DEL CARGO</b>	004
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	COCINERO
<b>PERFIL</b>	Bachillerato.
<b>SALARIO</b>	\$233.10
<b>PRESTACIONES</b>	Prestaciones de ley
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Experiencia mínima de 2 años en cargos similares
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	Cocina.
<b>FUNCIONES</b>	Mantener altos estándares de higiene en la cocina. Responsable de preparar menú. Proveer los insumos alimenticios necesarios. Recepción y revisión de materias primas. Control de ayudantes de cocina



**RESTAURANTE FARO DE LA BAHIA**



<b>CODIGO DEL CARGO</b>	005
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	VIGILANTE
<b>PERFIL</b>	Bachillerato.
<b>SALARIO</b>	\$233.10
<b>PRESTACIONES</b>	Prestaciones de ley
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Experiencia mínima de 3 años en cargos similares
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	AGENTE DE SEGURIDAD, VIGILANTE
<b>FUNCIONES</b>	Control e identificación de vehículos Control e identificación de personas Protección de activos Evitar actos delictivos o infracciones Efectuar protección del almacenamiento



**RESTAURANTE FARO DE LA BAHIA**



<b>CODIGO DEL CARGO</b>	006
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	ORDENANZA
<b>PERFIL</b>	Bachillerato.
<b>SALARIO</b>	\$233.10
<b>PRESTACIONES</b>	Prestaciones de ley
<b>REQUISITOS LABORALES</b>	Experiencia mínima de 1 años en cargos similares
<b>JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>	ORDENANZA, LIMPIEZA.
<b>FUNCIONES</b>	Reposición de materiales. Limpieza de mesas Mantenimiento de muebles y equipo Aseo y limpieza del local diariamente.



# MARKETING

**/ DIAGNOSTICO DE MERCADO**

**/ PROPUESTA DE MARKETING**



---

### 6.3. MERCADOTECNIA

#### ❖ **Producto**

Los productos son productos alimenticios especializados en mariscos., son productos de buena calidad, sabor y muy aceptados por el nicho de mercado.

#### ❖ **Precio**

El precio de cada producto se establece en base al costo más el margen de utilidad que se pretende obtener. Considerando en el costo los respectivos elementos: mano de obra, materia prima y costos indirectos que puedan ser prorrateados en determinadas ordenes de trabajo.

#### ❖ **Plaza**

Actualmente tiene su punto de Puerto el Triunfo Usulután. En donde expone y vende sus productos.

Un lugar en donde circulan muchas personas ya que es un centro turístico donde ellos pueden observar la empresa por ser un punto estratégico para los potenciales clientes y gracias a la aceptación de sus clientes se quiere abrir camino aperturando un restaurante en la ciudad de San Miguel.



---

❖ **Promoción**

La empresa tiene muy pocas promociones, Las maneras de promocionarse son básicamente rótulos con ofertas especiales en el local.

❖ **Partición del mercado (segmentación)**

Un segmento del mercado bien definido no posee la empresa actualmente porque se dedica a cualquier tipo de cliente turista de manera general no se tiene definido específicamente a qué tipo de clientes se centra.

❖ **Posicionamiento**

Restaurante Faro de la Bahía está posicionada en la mente de sus clientes actuales ya que saben que los productos de la empresa son de buena calidad y de bajos precios, solo se necesita posicionarse en la mente de más clientes potenciales.

❖ **Penetración**

No se realiza penetración de mercado porque no cuenta con el recurso necesario para implementar este tipo de medida.



❖ **Prueba**

No hace uso de esta herramienta de mercadotecnia, por ser una empresa pequeña y no poder contar con lo necesario para poder realizarlo de la manera más adecuada.

❖ **Compras y adquisiciones**

La mayoría de compras se realizan al contado por medio de pedidos. Se contactan mediante el proveedor y si los precios son aceptables se realiza el pedido.

❖ **Almacenamiento Y Manejo De Inventarios**

Se mantiene un cuidado minucioso de producto como lo son las carnes y mariscos dado que son componentes esenciales del producto final y que a la vez son productos perecederos, a parte del cuidado de los inventarios de materiales no se tiene un control sobre el manejo del mismo.

Los proveedores son escogidos a partir de los costos de los materiales que suministran, y no existe un proceso diseñado, con criterios administrativos para llevar a cabo esta acción.

❖ **Servicio al cliente**

Se les da seguimiento a los clientes procurando causar una excelente impresión en las primeras contrataciones y así generar confianza en la imagen de la empresa.



## **PLAN DE MERCADEO**

### **Mercado**

Un estudio de mercado determinara la factibilidad del proyecto, mediante un análisis FODA, formulación de objetivos y estrategias de mercado que permitan la obtención de información sobre el mercado meta.

### **Análisis de la situación mercadológica actual de la empresa restaurante faro de la bahía.**

Se visitó la empresa en estudio, donde se tuvo contacto con los propietarios y empleados del negocio.

### **Medio ambiente interno.**

Según la investigación realizada el medio ambiente interno de restaurante esta formado por todos los elementos que pueden ser controlables por la empresa, lo antes mencionado se presenta para su análisis.

#### **Recursos Humanos.**

Restaurante Faro de la Bahía dedicado a la venta de mariscos preparados cuenta con personal la mayoría de veces con poca escolaridad, en cuanto a la preparación de alimentos los cuales son preparados en base a procedimientos y recetas de la propietaria.



En lo que se refiere a higiene en las temporadas de vacaciones son asesoradas por personal del Ministerio de Salud y del cual reciben su identificación para poder ofrecer al público los alimentos.

#### Recursos Financieros.

Restaurante Faro de La Bahía dedicado a la venta de mariscos preparados en cuanto a los recursos financieros con los que cuenta están: pequeños créditos realizados a cajas de crédito de la localidad, ahorros propios de los dueños del restaurante, según los entrevistados no tienen ingreso que le proporcione base económica sólida para realizar las operaciones de compra y venta de producto y subsisten con las ganancias que les dejan las operaciones de venta de productos y servicios que ahí se mercadean.

#### **Análisis de mercado existente.**

Según la investigación realizada el restaurante Faro de la Bahía con especialidad en Mariscos está dirigido por los propietarios y algunas veces por encargados los cuales mencionaron que no ponen en marcha algún Plan de Mercadeo por no tener conocimiento técnicos acerca de él.

#### **Segmentación del Mercado**

##### Macro Segmentación

El nicho de mercado objetivo de acuerdo con los resultados del presente estudio está dirigido a cualquier tipo de personas que tenga poder adquisitivo y que residan en la ciudad de San Miguel, y que acostumbran a consumir en restaurantes.



Micro Segmentación.

❖ **Categoría De Producto.**

La categoría del producto está determinada por su calidad, sabor, Innovación, eficientes procesos de elaboración, destinados al consumidor final.

❖ **Mercado meta primario.**

Este está constituido por todas las personas que les gustan los platillos preparados a base de elementos extraídos del mar en esta caso los mariscos

❖ **Segmentación geográfica:**

**Región:** Municipio de San Miguel.

**Tamaño de las ciudades:** Área urbana, zona poblada con 158,136 habitantes.

**Clima:** Cálido y soleado

**Área o tamaño de la ciudad:** 2,077.10 km<sup>2</sup>

❖ **Segmentación demográfica:**

**Edad:** 18 años en adelante

**Sexo:** Indiferente

**Estado marital:** Solteros, Casados, Viudos, unión, libre, divorciados.

**Ingresos:** Mínimo

**Educación:** Básica, Media y superior

**Ocupación:** Profesional, Estudiante, Obrero, Trabajador.



---

**Alcance.**

Los servicios y productos que ofrece el Restaurante Faro de la Bahía son de satisfacer las necesidades de alimentación con platillos exóticos.

**Mercado meta primario.**

Este está constituido por todas las personas que les gustan los platillos preparados a base de elementos extraídos del mar en esta caso los mariscos.

**Relaciones pública de la empresa.**

Sensibilidad.

La sensibilidad es una parte fundamental en relaciones públicas porque nos permite adaptarnos al cambio en el mercado y a las exigencias de nuestros clientes que el caso de los restaurantes no se da.

Comunicación.

La comunicación es parte fundamental en las operaciones que se realizan en una empresa en este caso los restaurantes la comunicación que debe haber entre los clientes y el personal de los establecimientos. Debe ser coordinada y dirigida a solventar cualquier problema que haya en los establecimientos.



### Influencia y cambio.

Las relaciones publicas están sujetas a la influencia exterior e interior todo esto provoca un cambio en relaciones comerciales que se desarrollan en las empresa, los restaurantes deben poner atención a los cambios que se están dando en el sector.

### **Atributos de los productos de restaurante faro de la bahía.**

El producto que ofrece el restaurante Faro de La Bahía dedicado a la venta de comida preparada a bases de mariscos, es un producto para consumir inmediatamente después de cocinado ya que es perecedero, y además es fresco no se encuentra por muchos días en refrigeración, porque son de productos recién obtenidos del mar.

### **Mezcla de marketing**

#### **Producto**

Para captar la atención del público, es recomendable hacer una decoración fuerte, la idea es diseñar un local atractivo para los consumidores en general.

- ❖ “Restaurante Faro de la Bahía” será su nombre, establecido sugestivamente por el tipo de restaurante que se establecerá
- ❖ Los platos de comida serán supervisados y controlados por el encargado de cocina, donde se trabajara con una receta estándar, lo que hará que los platos servidos sean



de calidad, porque tendrán supervisión desde que el personal los sirve hasta la recepción del cliente.

- ❖ La adquisición de mariscos, se hará por medio de las personas que se dedican a la pesca y distribución de estos en Puerto el Triunfo Usulután, donde se obtendrán productos fresco y de calidad.
- ❖ Para la adquisición de especias y condimentos los adquiriremos por medio de productos que sean conocidos en el mercado, donde se regulen fechas de vencimiento y stock.
- ❖ Para la adquisición de nuestros productos complementarios, compraremos productos de primera calidad, que se sujetaran a la inspección sanitaria obteniendo reconocimiento de calidad de nuestros productos.

#### Uso del Producto.

El uso del producto es satisfacer las necesidades de consumir platillos exóticos y que provengan del mar.

#### El Servicio (Producto).

Se ofrecen productos para el consumo humano en este caso alimentos preparados a base de mariscos que es comercializado por restaurante Faro de la Bahía y se pueden clasificar de la siguiente manera: son productos de consumo final (Perecederos). Son productos que se utilizan directamente por las personas y son utilizadas para satisfacer necesidades (alimentos exóticos) y son adquiridos por el consumidor ya preparado y listo para ser ingeridos.



El elemento más importante de restaurante Faro de la Bahía dedicado a la venta de mariscos preparados, es la calidad del producto y servicio que se ofrece porque les permite a los consumidores la identificación selección degustación de los productos para su satisfacción.

**Precio.**

Se ha determinado que los precios tienen que estar dentro del rango de la zona, así que el precio del menú será igual o menor que el de la competencia cuando se traten de productos similares.

**Plaza.**

Consiste el lugar donde se venderán y ofrecerán los platillos del restaurante, en este caso la plaza será “PLAZA GALERIAS”

**Distribución.**

El canal de distribución es simple ya que se hace directo del productor al consumidor; el canal es de un nivel.

**Promoción.**

El restaurante realiza poca promoción acerca de sus productos y servicios.

- ❖ Es muy importante que en esta etapa del negocio, por ello se destinara un gran esfuerzo de publicidad para poder acaparar el mercado.

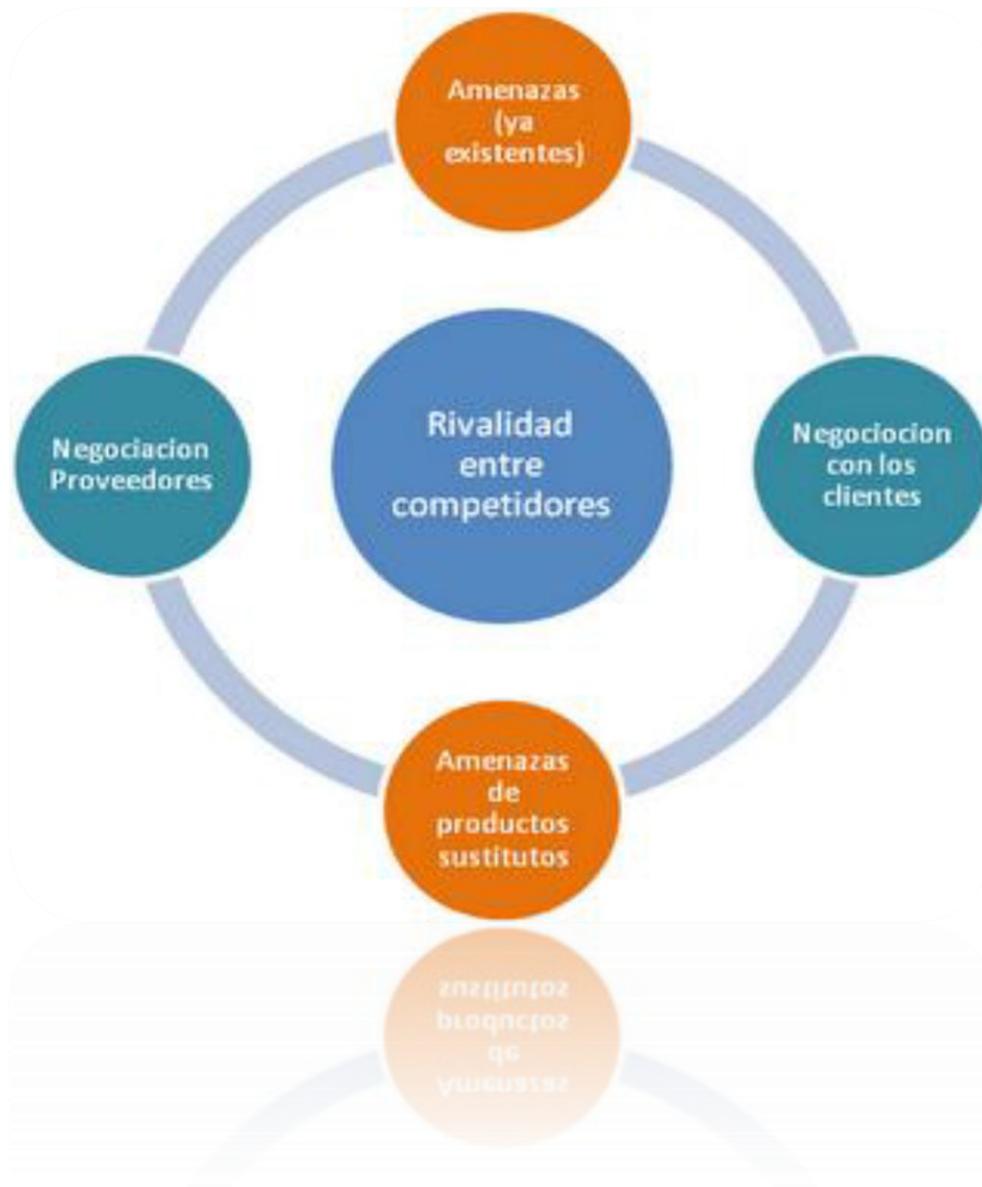


ANALISIS FODA.

F	O	D	A
Personal capacitado en el área	Ofrecer un producto innovador	Negocio nuevo	Nuevos competidores
Ubicación céntrica	Mercado desatendido	Proceso de fidelización con los clientes	Alza en el precio de los insumos
Capacidad Administrativa	Apoyo gubernamental	El local no es propio	Cancelación en el contrato de arrendamiento
Alianza con proveedores	Tienen oportunidad de expansión y crecimiento ya que cuentan con un mercado amplio	Parqueo limitado	Productos sustitutos
Precios competitivos	Financiamiento de entidades bancarias	Gastos altos en publicidad por la introducción al mercado	Cambios en los gustos y preferencias alimenticias de los consumidores.
Variedad en el menú para la elección de platillos.		.	



**Análisis de las cinco Fuerzas Competitivas de Porter.**



❖ **Ingreso de Competidores:**

La industria de alimenticia siempre ha sido altamente competitiva ya que satisface una de las necesidades principales de alimentarse.



Poco a poco se han ido abriendo oportunidades para aquellas empresas que desean expandir sus operaciones.

Por tal razón se considera que el Restaurante El Faro de la Bahía debe prepararse en cuanto a calidad y servicio al cliente, si la competencia logra entrar al mercado, el producto se encuentre posicionado en la mente de los consumidores y se cuente con la fidelidad y preferencia de los clientes.

❖ **Amenaza de Productos Sustitutos:**

Al ser un producto que puede ser usado para preparar diversos platillos a base de mariscos que puede ser sustituido principalmente por el pollo principalmente y secundariamente con otros tipos de carnes, las cuales pueden ser de res o cerdo.

Por lo cual cobra más fuerza cuando esos productos sustitutos son más baratos que nuestros productos.

❖ **Poder de Negociación con los Compradores:**

Por el tipo de producto, se sabe que ocasionalmente los consumidores podrán asistir dos veces por semana a comer al restaurante, sin embargo esta posibilidad no se debe descartar.

Se deberá contar con el suficiente inventario para satisfacer la demanda del mercado al que se piensa ingresar, ya que se considera que el mismo tendrá bastante aceptación.



❖ **Poder de Negociación con los Proveedores:**

En nuestro país existe un número considerable puertos marítimos de igual manera se considera el número de proveedores, con los cuales se puede negociar y buscar el menor costo y la mejor calidad de los suministros.

Los proveedores con quienes se establecerán alianzas se pueden mencionar los siguientes:

Callejas S.A de C.V.

La despensa de Don Juan.

Prisemar.

Comerciantes Independientes (suministradores de materia prima)

❖ **Rivalidad entre jugadores Existentes:**

Se busca ofrecer precios similares a los de la competencia e incluso de mejor calidad y cantidad a menor precio y realzando la presentación de los platillos de manera profesional.

En San Miguel, existen algunos establecimientos que se dedican a la preparación y venta de comida en base de mariscos por lo que resultan ser competencia directa e indirecta para la empresa, cabe decir que Restaurante Faro de la Bahía ofrece un concepto innovador en el cual serán platillos nuevo a base de mariscos por lo que también ofrecerá un concepto familiar que no será explotado por vender bebidas alcohólicas como otros restaurantes.

**Competencia Directa:** La Pema, La puerta del Sol, El Barrilito, La Pradera.



---

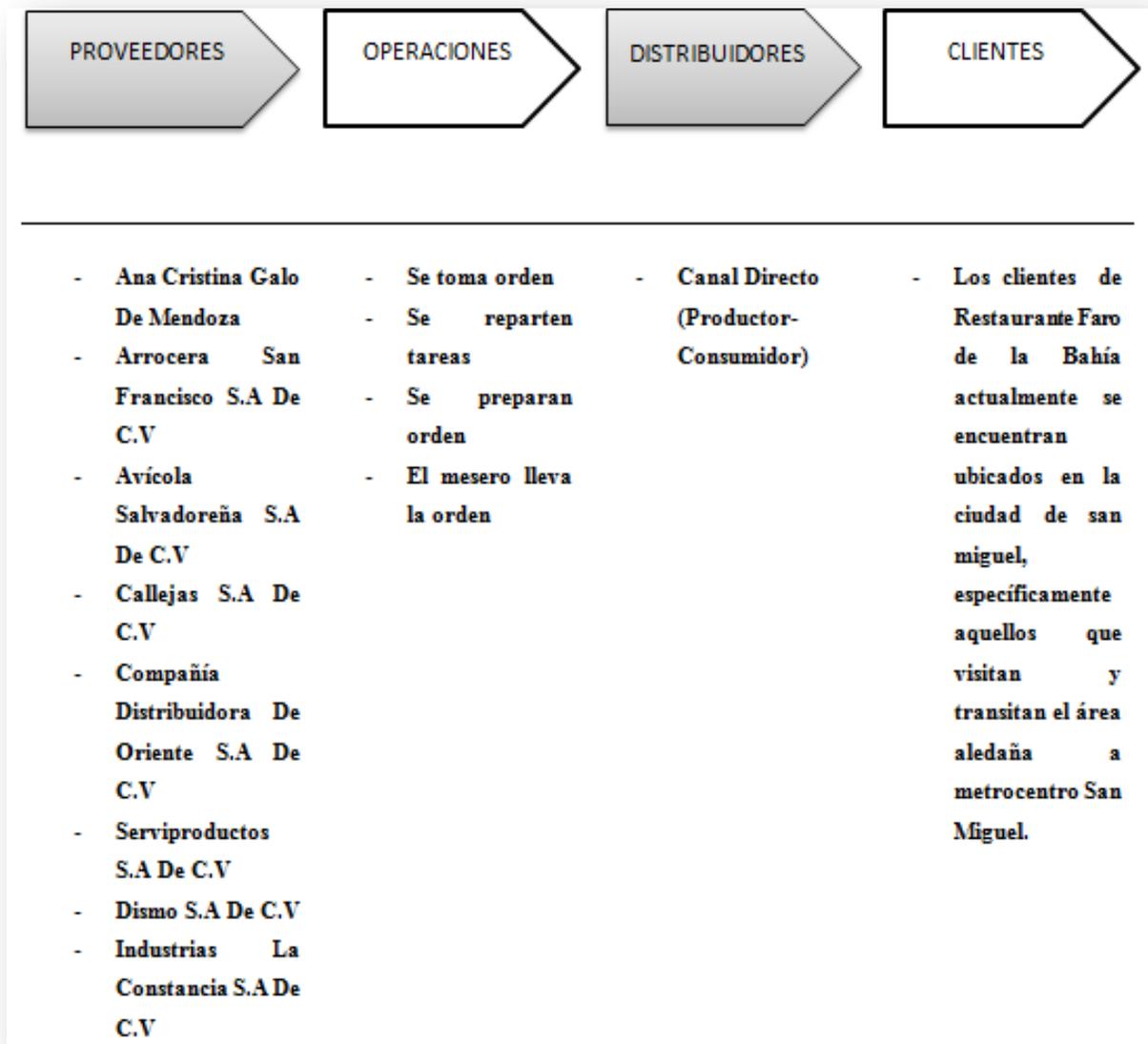
**Competencia Indirecta:** El Pollo Campero, Pizza Hut, Burger King, Búfalo

Wings, Wendy's, China Wok, El taurino, Chino Tony, entre otros.

**Ventajas competitivas:** Producto Innovador, excelente calidad, servicio personalizado, precios bajos.



**CADENA DE VALOR**





## Objetivos del plan de mercadeo para restaurante faro de la bahía.

### Objetivo General

- ❖ Contar con una adecuada estrategia de promoción para comercializar debidamente los productos y servicios.

### Objetivos Específicos.

- ❖ Determinar la fijación de precios para ser más competitivos en el desarrollo de las actividades de la empresa
- ❖ Establecer estrategias de relaciones públicas que le permita a la empresa formular una buena comunicación con sus clientes y su personal.
- ❖ Formular estrategia de productos y servicios para que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes.
- ❖ Incrementar los niveles de ventas y así fomentar un crecimiento constante en la empresa.

### Estrategias.

#### ¿Que se Hará?

- 1) Plan publicitario, que permita dar a conocer a los consumidores, los productos y servicios del restaurante, esto se lograra implementando lo siguiente.
  - Vallas publicitarias
  - Crear un slogan que cautive la atención de los clientes



- Perifoneo
- Anuncios radiales y televisivos.
- Hojas volantes.

2) Establecimiento de precios que permitan generar rentabilidad al negocio y al mismo tiempo implementar la fidelización de los clientes.

- Realizar alianzas con los proveedores que permitan controlar los costos.
- Ofrecer precios competitivos.

3) Se llevara a cabo un trato personalizado con los clientes. Los métodos a utilizar serán:

- Elaborar un reglamento del trato al cliente.
- Implementar un protocolo de servicio.
- Desarrollar soluciones antes problemáticas programas y no programadas.

4) Ofertar producto de calidad, acompañados con una excelente atención al cliente.

La calidad de los productos será respalda con una certificación, la cual será visible a los clientes.

- Se fomentaran alianzas con los proveedores.
- La Procedencia de la materia prima será de las costas de la bahía de Jiquilisco.
- Se establecerá una rotación constante de la materia prima, de esta manera se garantizara el sabor autentico de los productos.
- Control exhaustivo del inventario.
- Capacitación al personal de cocina.



5) Se hará uso de descuentos especiales y días promocionales en donde estos se conviertan en elementos llamativos a los clientes y se vean seducidos a consumir. Ejemplo:

❖ Descuentos en platillos específicos por un nivel de consumo.

¿Cuándo se hará?

El plan publicitario dará inicio dos semanas antes de la apertura oficial del restaurante, esto tendrá una duración de dos meses aproximadamente con el fin de evaluar los resultados y hacer las correcciones pertinentes, en caso que los resultados no sean los esperados.

Durante el tiempo que se esté llevando a cabo el plan publicitario se hará uso de los diferentes medios que se mencionaron anteriormente.

La fijación de precios ira acorde al valor del mercado, se efectuara una vez se esté realizando las negociaciones con los proveedores y evaluando los costos, se consideran que todo esto se preparará par el mes de diciembre 2013.

El servicio personalizado se hará desde el momento que el cliente ingrese al restaurante, para la preparación del reglamento y el protocolo será un mes anticipado a la inauguración del negocio.

La certificación de calidad de los productos se pretenderá obtener en el mes de marzo 2014, la rotación de materia prima se hará dos veces por semana, el control de inventario de hará diario, el personal se capacitara cada cuatro meses.



Los descuentos especiales y días promocionales se llevaran a cabo en fechas de t mpora alta, o cuando gerencia lo considere conveniente.

 Qui n hará?

El responsable de ejecutar el plan publicitario, la fijación de precios y la asignación de descuentos y días promocionales será el gerente, autorizado por la propietaria del negocio.

En cuanto a la certificación de la calidad de los productos será extendida por la Defensoría de Consumidor.

Loa empleados tendrán la tarea de reportar el control de inventario diario y comunicar a gerencia tema en el cual deberán ser capacitados.

 Cu nto costara?

### **Canal 23 TVO**

En este canal el cliente posee tres opciones para dar a conocer la información deseada a través de un anuncio publicitario los cuales son:

*Los cintillos:*

Son letras que se muestran en los márgenes de la pantalla (inferiores o superiores), los cuales duran un tiempo máximo de 30 segundos y no debe de poseer más de 30 caracteres.

El precio de este depende de la programación en la cual el anunciante desea transmitir el anuncio.

Entrega regular \$ 7.91

Primera entrega (mañana) \$ 9.04

Segunda entrega (tarde) \$10.17



Tercera entrega (noche) \$11.30

Cabe mencionar que el precio varía dependiendo de la entrega según la programación del canal, es decir, en los horarios de mayor audiencia el precio es más caro.

*Pantallas:*

Imágenes y texto sin movimiento, su duración es de 30 segundos y el precio de este depende de la programación en la que deseen transmitirse:

Entrega regular \$ 16.95

Primera entrega (mañana) \$ 18.08

Segunda entrega (tarde) \$ 19.21

Tercera entrega (noche) \$ 20.34

*Spot:*

Esto es lo contrario de las plantillas ya que en este se presentan imágenes con movimiento dicha anunciación se elabora mediante la idea que desea el cliente proyectar a los espectadores, su duración es de 30 segundos.

El costo de la elaboración del spot oscila entre \$500 a \$1000 dependiendo de los efectos visuales y de sonido que se elijan. El precio por su transmisión varía dependiendo del horario en el cual se desea transmitir.

Entrega regular \$ 371.77

Primera entrega (mañana) \$ 397.76

Segunda entrega (tarde) \$397.76

Tercera entrega (noche) \$422.62



De los anuncios anteriormente mencionados el más recomendado es el Spot ya que mediante este se permite una mejor percepción porque capta mayor atención de los consumidores.

### **Medios Radiales.**

Dicho medio de comunicación permite tener un mayor alcance para difundir la información que se desea presentar, debido a que es más adaptable a una serie de situaciones en las cuales el alcance de la televisión se ve limitado.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se observó que la emisora con mayor audiencia es la “RX” por lo que a continuación se presenta la siguiente cotización sobre el servicio de publicidad que presta dicha emisora.

#### *Radio RX:*

El costo por la elaboración de la cuña radial es de \$17.00

El costo por la transmisión de la cuña radial es de \$1.00 + IVA

Cuando se desea repetir el anuncio durante todo el día tiene un costo de \$10 + IVA.

La repetición mensual tiene un costo de \$260 +IVA.

Cabe hacer la aclaración que cuando se pretende anunciar por 6 meses o más la cuña, se aplican descuentos al cliente, otras promociones comprenden bonificaciones a través de la presentación de una cuña gratis.



**Periódico**

El periódico es otro medio variable para anunciar la empresa ya que el ámbito de acción del mismo es más amplio lo cual permite un mayor alcance de publicidad de la empresa que trasciende la zona oriental.

El anuncio del periódico se transmite a través de la sección de la Clasiguía amarilla de la Prensa Gráfica. A continuación se presenta un formulario que debe de llenar la empresa interesada, seguido del costo del anuncio el cual depende del número de letras que posea:

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_ Tel: \_\_\_\_\_

Persona que ordena este anuncio \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Fechas:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Crédito Fiscal \_\_\_\_\_ Registro No. \_\_\_\_\_

Actividad Económica \_\_\_\_\_

Texto de anuncio		3 días	4 días	5 días	8 días	30 días
1		\$	\$	\$	\$	\$
2		3,39	3,63	3,39	5,42	20,34





- Reproducción en papel bond simple: \$1 cada hoja
- Reproducción en papel especial: \$2 cada hoja.

En cuanto a la hoja volante se tiene:

- Elaboración de hoja volante (especial): \$6
- Elaboración de hoja volante (normal): \$2
- Reproducción de hoja volante(especial): \$0.75 cada hoja
- Reproducción de hojas volantes (normal): \$0.50 cada hoja.

El costo estimado de la mano de obra utilizado para repartir hoja volantes y brochure en punto específicos será de \$5 diarios por persona. Para la labor de distribución se utilizaran el número de personas que el propietario estime conveniente.

### **Vayas Publicitaria.**

Este medio se utiliza para brindar información breve de la empresa en la cual se pretende al igual que las hojas volantes y brochure que el mensaje transmitido tenga una mayor vigencia en la mente del consumidor teniendo la ventaja de ser mas reservables que estas.

Los costos que se incurre en la elaboración de vayas publicitarias son:

- Vayas de carrera (3 mts. X 3 mts.): \$210.
- Plastificada Banner (9 mts. X 3 mts.): \$1900 - \$2100.

Los precios anteriores varían de la distancia de colocación de vayas publicitarias.

Según otras cotizaciones realizadas en arte Gráficos Genius las vayas publicitarias tipo banner cuestan \$15 por mts. Se elaboran con una medida máxima de 12 mts los cuales llegan a costar \$180.

### **Revistas.**



Este medio es más útil para dirigirse a consumidores más exclusivos, por lo que cuando se habla de marketing de negocios es más apropiado. Este medio podrá utilizarse cuando la empresa tenga como objetivo penetrar en el mercado de bienes de negocios.

El costo de los anuncios publicitarios publicado en revista depende del espacio que empleen:

- Un  $\frac{1}{4}$  de página (primera publicación al mes) \$150 mensuales.
- Un  $\frac{1}{2}$  de página (primera publicación al mes) \$275 mensuales.

Las publicaciones en las que aparecerá el anuncio de la empresa durarán 15 días en cada una de las publicaciones.



# PRODUCCION

/ DIAGNOSTICO DE PRODUCCION

/ PLAN DE PRODUCCION



---

## 6.4. PRODUCCIÓN

### ❖ **Mano de obra**

Se cuenta con todo el personal por contrato.

### ❖ **Métodos de trabajo**

Cada empleado trabaja bajo estándares establecidos por la propietaria

### ❖ **Materiales**

La materia Prima utilizada para la elaboración de los productos son los que a continuación se mencionan, pollo, mariscos, carnes, vegetales, bebidas, condimentos, arroz, especias, etc.

### ❖ **Maquinaria y equipo**

La empresa cuenta con dos elementos como parte de su maquinaria de trabajo, los cuales son: Los empleados que son la herramienta principal, para elaborar cada platillo y como segundo las herramientas que estos utilizan como lo son los alimentos que posteriormente transforma de un producto que se ofrecerá al público con ayuda de cocinas, refrigeradoras, platos, tenedores, etc.



❖ **Medición o inspección**

El personal encargado de realizar la inspección es la gerente general y su propietaria , ya que parte de sus funciones es inspeccionar que los productos elaborados se encuentre en bien elaborados y cumplan con los parámetros de calidad que la empresa asigna.

❖ **Medio ambiente interno**

El área de producción posee un espacio reducido, sin embargo lo suficiente para el desarrollo laboral, el lugar cuenta con iluminación natural. El ambiente interno que posee es bastante agradable entre los trabajadores, quienes tienen un trato ameno en ellos.

❖ **Managing**

La encargada de realizar los procedimientos en el área de producción es la propietaria, ella es la responsable de la dirección de las operaciones, sin embargo el encargado del liderazgo ante los empleados, de la comunicación así como también de la toma de decisiones es el gerente.

La supervisión dentro del área de producción es realizada por el cocinero, es la persona que verifica que los productos se realicen de manera correcta.

❖ **Mantenimiento**

Los empleados son los encargados de realizar el mantenimiento, donde esto lo realizan diariamente, donde cada uno es responsable de su equipo, así como de su área de trabajo.

❖ **Organización y normativa**

La empresa no posee una organización formal, y tampoco cuenta con una normativa que rija las actividades de la organización y de los empleados.



❖ **Manejo de materiales**

Para el manejo de materiales, se realiza una inspección en el momento de recibir las nuevas adquisiciones de materiales efectuada por la gerente general y cocinero.

❖ **Higiene y seguridad**

El nivel de higiene que posee la empresa es muy bueno, los empleados, son los encargados de la limpieza dentro del área de trabajo; por otro lado estos no acatan las indicaciones de usar protección para el desarrollo laboral e higiene de los productos, ya que confían en su experiencia y habilidad.

❖ **Calidad**

La calidad de cada producto es determinado por sus materiales, así como de los procesos y supervisión que cada operario realiza para la realización de un plato de comida.

**PLAN DE PRODUCCION**

Para fines prácticos las operaciones se dividirán en 3:

- ❖ Proceso de servicio
- ❖ Proceso de cocina
- ❖ Proceso de abastecimiento

**Proceso del servicio:** El restaurante abrirá todos los días el horario de servicio será de 10 am a 10 pm, debido a que el horario del restaurante es de más de 8 horas se implementarán 2 turnos en el mismo, en caso de ser necesario se pagarán horas extras.

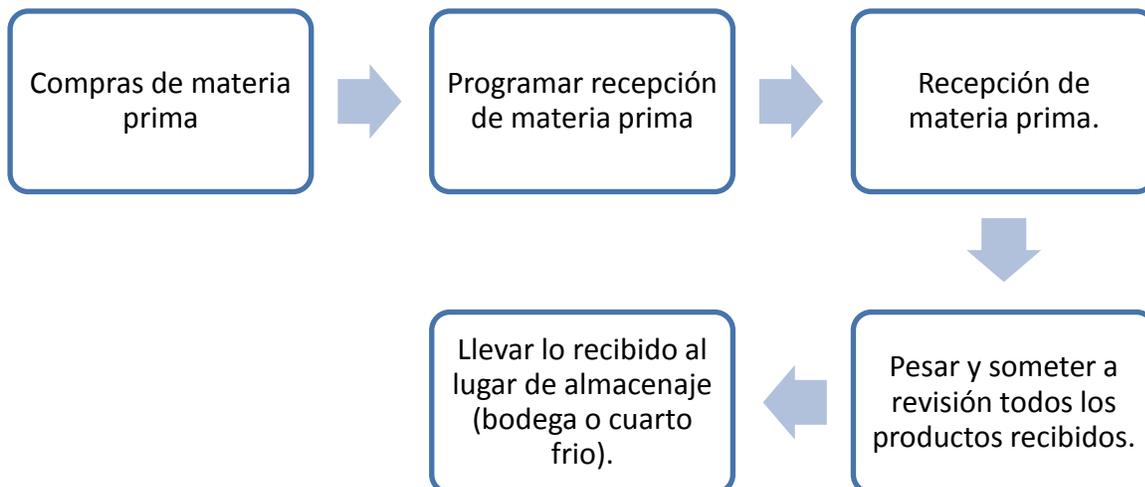


**Proceso de cocina:** Los puntos claves en la cocina son

- ❖ Organización
- ❖ Trabajo en Equipo
- ❖ Coordinación
- ❖ Comunicación Efectiva

Se toma orden -> Se reparten tareas --> Se prepara orden --> El mesero lleva la orden.

**Proceso de abastecimiento:**





**Especificaciones del producto.**

En este apartado se hace una descripción de los productos más demandados por los clientes, se mencionara el platillo principal de cada categoría de alimentos que aparece en el menú.

<b>BOQUITAS</b>	
<b>Nombre del Producto</b>	<b>Descripción del Producto</b>
<p><b>Consomé de Punches</b></p> 	<p><i>Ingredientes:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6 cangrejos</li> <li>2 cucharadas de maíz</li> <li>2 tomates</li> <li>1/2 cebolla</li> <li>1/2 chile verde</li> <li>1 diente de ajo</li> <li>1 litro de agua</li> <li>1 consomé</li> <li>Sal al gusto</li> </ul>
<p><i>Preparación:</i></p> <p>Tuesta la semilla de ayote y el maíz y muele junto con los tomates, la cebolla, el chile verde y el ajo. Pasa la salsa por el colador y reserva.</p> <p>Lava bien los punches cepillando cada pata hasta remover todo el fango que trae y que quede bien, bien limpio, ábrelos y reserva en medio litro de agua.</p>	



En una olla pon el alguashte con medio litro de agua. Deja hervir y agrega los cangrejos.  
 Cuando estén hirviendo agrega el consomé y prueba de sal. Si es necesario agrega, sino con el consomé tendrá.  
 Deja hervir por diez minutos más y sirve caliente.

**COCTELES Y CEVICHE**

Nombre del Producto	Descripción del Producto
<p><b>Coctel de Conchas</b></p> 	<p><i>Ingredientes:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2 docenas de conchas negras</li> <li>2 chile verde grandes picaditas</li> <li>1/2 cebolla picada</li> <li>2 Tomate picado (Opcional)</li> <li>Chile picado (al gusto)</li> <li>Salsa Inglesa al gusto</li> <li>3 limones</li> <li>Sal y Pimienta al gusto</li> </ul>

*Preparación:*

Se lavan con cepillo de dientes y se abren y extraen con navaja corta. El cóctel se prepara con limón, sal, salsa inglesa, y picadillo de tomate (Este es totalmente opcional), cebolla y chile verde. Mezclar todos los ingredientes y luego se refrigera por unas 3 horas. Se sirve con galletas saladas.



SOPAS Y CONSOMÉS	
Nombre del Producto	Descripción del Producto
<p><b>Mariscada</b></p> 	<p><i>Ingredientes:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 colas de langostas pequeñas</li> <li>2 camarones</li> <li>10 ostiones</li> <li>½ libra camaroncillos</li> <li>10 onzas de filete de curvina</li> <li>2 consomé de camarón</li> <li>2 cebollas pequeñas</li> <li>3 zanahorias</li> <li>2 tallos de puerro</li> <li>4 limones</li> <li>3 tallos de apio</li> <li>1 cabeza de ajo</li> <li>3 tomates de jugo</li> <li>1/8 de onza de pimienta blanca</li> <li>1 manojito de cilantro</li> <li>2 tallos de apio</li> </ul>
<p><i>Preparación:</i></p> <p>Cortar primero los vegetales en tiras finas. En una olla sopera, se colocó los vegetales y el consomé junto con el ajo picado, el galón de agua (20 tazas) y los tomates partidos al gusto.</p> <p>Cuando el caldo comience a hervir, agregar las colas de langosta y los camarones de mar cortados en trozos. Los ostiones y los camarones de río en tiras, y por último los filetes o lonjas pescado cortados en cubos. Todo se cuece a fuego suave durante 6 a 10 minutos, para después servirlo con limón y chile picante</p>	



<b>CAMARON Y CALAMAR</b>	
<b>Nombre del Producto</b>	<b>Descripción del Producto</b>
<b>Camarones al ajillo</b> 	<i>Ingredientes:</i> 1lb. de camarones totalmente limpios (approx. 25 por libra) 3 cdas de aceite de oliva 3 dientes de ajo finamente picados 1 cda. de cebolla 1/2 tz de vino blanco 4 cdas de mantequilla 1 cda. de jugo de limón 1 cda. de perejil picadito Sal al gusto 1 limón cortado en rodajas 1/4 cda. de ajo molido
<i>Preparación:</i> <p>Calentar la sartén a fuego mediano y con 3 cdas. de aceite. Agregar los ajos y cocinar moviendo el mango del sartén por unos 2 mins. hasta quedar ligeramente dorados. Aumentar el fuego (alto) y cocinar los camarones hasta que obtengan un color rosado por todos lados, aprox. dos mins. Agregar la cebolleta (chives) picadita, después el vino, mantequilla y jugo de limón. Llevar a un hervor hasta que la salsa se reduzca a la mitad (unos 2 minutos). Una vez reducida, se agregan el perejil picadito y el ajo molido. Sazonar con sal.</p> <p>Los camarones al ajillo se pueden servir adornando el plato con rodajas de limón y perejil o como plato principal acompañado con acompañamiento.</p>	



<b>LANGOSTA</b>	
<b>Nombre del Producto</b>	<b>Descripción del Producto</b>
<b>Langosta a la plancha</b> 	<i>Ingredientes:</i> Langosta Aceite de oliva Sal
<i>Preparación:</i> <p>Cogemos la langosta, preferiblemente viva, y la cortamos a lo largo en dos partes.</p> <p>Ponemos en la plancha o en la sartén aceite y lo retiramos.</p> <p>Salamos la langosta.</p> <p>Cuando la plancha esté caliente ponemos la langosta. Vamos dando vueltas a la langosta de vez en cuando procurando que pase más tiempo boca abajo que boca arriba.</p> <p>Notaremos que está hecha cuando la carne aparezca más compacta y algo separada del caparazón.</p>	



CARNES Y AVES	
Nombre del Producto	Descripción del Producto
<p><b>Mar Y Tierra</b></p> 	<p><i>Ingredientes:</i></p> <p>6-8 onzas de filete de res</p> <p>2 camarones grandes o 6 onzas de cola de langosta</p> <p>1/4 de taza de puré de papa o puré de camote</p> <p>6-8 espárragos cocidos o 1 taza de espinaca cocida.</p> <p>Sal y pimienta al gusto.</p>
<p><i>Preparación:</i></p> <p>Marinar el filete de res y los camarones o la langosta con sal y pimienta al gusto. calentar una sartén y cocinar la carne de 5 a 6 minutos cada lado.</p> <p>En una sartén aparte cocinar los camarones o la langosta con mantequilla, tomando en cuenta que los camarones se cocinan en menos de 3 minutos.</p> <p>Mezclar todos los ingredientes en una olla pequeña y cocinar a fuego mediano de 6 a 8 minutos, revolviendo constantemente para evitar que se pegue.</p> <p>Para servir, colocar puré de papa en un plato, colocar los vegetales sobre las papas, y la carne y camarones o langosta sobre los vegetales. Terminar con un baño de salsa encima y alrededor</p>	

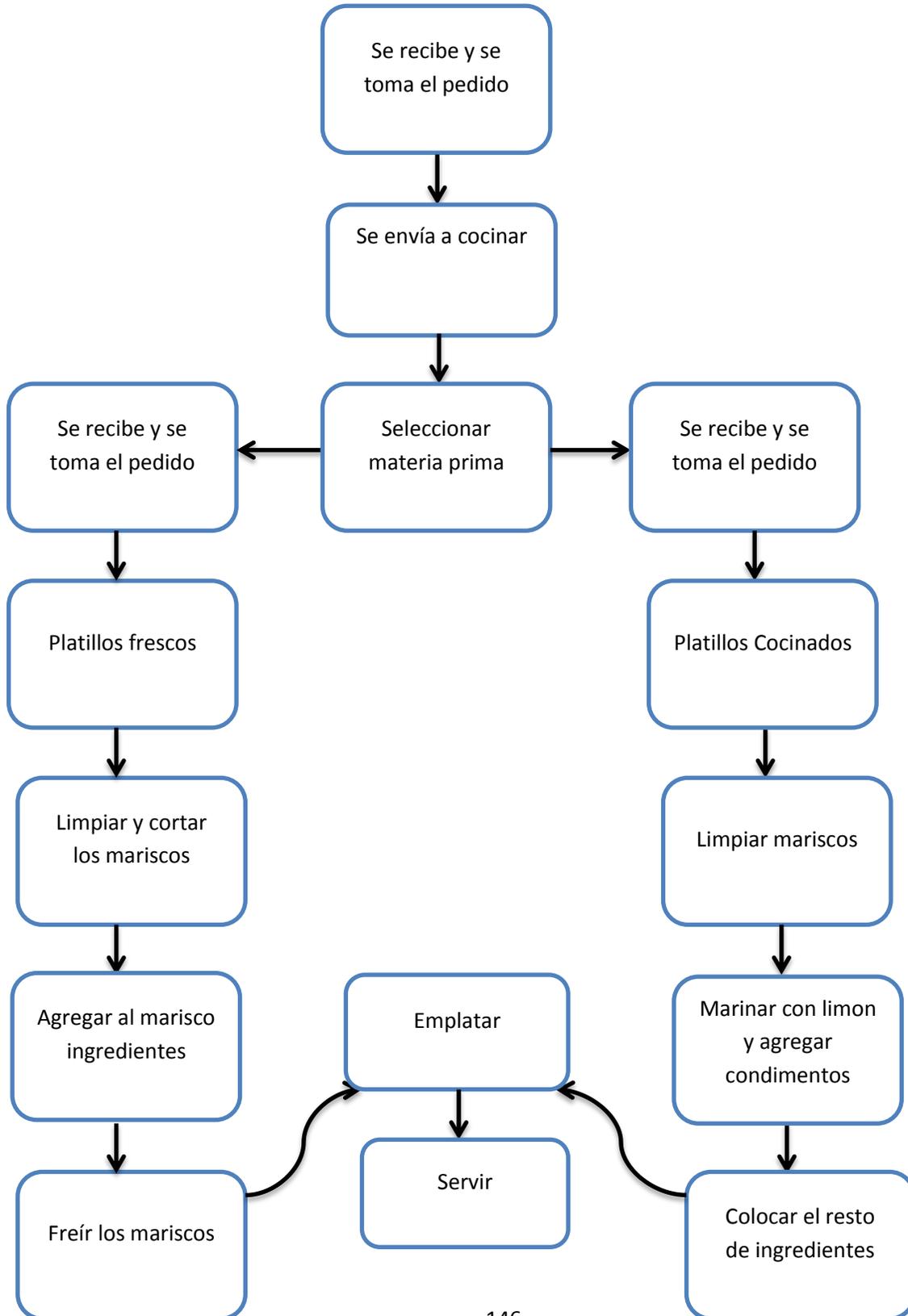


COMIDA RAPIDA	
Nombre del Producto	Descripción del Producto
<b>Hamburguesa</b> 	<i>Ingredientes:</i> 1 Filete de carne para hamburguesa sal y pimienta al gusto 1/2 cdita de mostaza 1 pan para hamburguesa 1 reb de jamón carrito-mini 1 reb de queso amarillo 1 rodajas de tomate carrito-mini 1 rodajas de cebolla lechuga picada chiles jalapeños en vinagre
<i>Preparación:</i> la carne se cocinan al carbón o a la plancha ya cocida se coloca una rebanada de queso y una de jamón se da la vuelta y se colocan sobre el pan untado con mostaza y aguacate encima se coloca un poco de lechuga una rodaja de tomate y una de cebolla a la parte de arriba del pan se unta con mayonesa se tapa y se calienta un poco por ambos lados se sirve acompañada de las papas	



PROCESO DE PRODUCCION.

En el siguiente diagrama se describe el proceso de producción y venta de los productos.





### Requerimiento De Maquinarias, Equipo Y Accesorios.

Se requiere de maquinaria y equipo que faciliten los proceso de producción, así como utensilios y accesorios.

<b>Maquinaria y Utensilios.</b>		
Estufa	Pantalla Plasma	Cucharon
Refrigerador	Teléfono	Espátulas
Licuadaora	Sartén	Charola
Freidora	Cacerola	Jarra
Microondas	Ollas	Colador
Cafetera	Parrillas	Abrelatas
Computadora	Olla a Presión	Rallador
Salero	Cuchara	Plato de postre
Tabla de cortar	Cuchara de postre	Vasos
Tenedor	Plato grande	Tazas
Cuchillo	Plato hondo	Azucarera
Esponjas	Cubetas	Lámparas
Escobas	Franelas	Mesas
Trapeador	Uniformes	Sillas
Bancos	Espejos	Estantes



**Materia y proveedores.**

INSUMO		
<b>Conchas</b>	Tiburón	Cebolla Morada
<b>Camaroncillo</b>	Pescado	Tomate
<b>Lonja</b>	Langosta	Lechuga
<b>Papas</b>	Pollo	Limón
<b>Aceite</b>	Carne	Pepinos
<b>Condimento y Especias</b>	Chorizo	Pan de Barra
<b>Cangrejo</b>	Jamón	Pan para Hamburguesa
<b>Punches</b>	Queso	Arroz
<b>Jaibas</b>	Sal	Cilantro
<b>Camaron</b>	Pimienta	Lechuga
<b>Calamar</b>	Crema	Zanahoria
<b>Pulpo</b>	Cebolla Blanca	Chile Verde



En el siguiente cuadro se presentan los distintos proveedores, que proporcionarían suministros y materia prima a la empresa.

PROVEEDOR	FORMA DE PAGO	TIEMPO DE ENTREGA	TRANSPORTE
ANA CRISTINA GALO DE MENDOZA	CONTADO	CONTRA-PAGO	TERRESTRE
ARROCERIA SAN FRANCISCO, S.A. DE C.V.	CONTADO	CONTRA-PAGO	TERRESTRE
AVICOLA SALVADOREÑA, S.A. DE C.V.	CONTADO	CONTRA-PAGO	TERRESTRE
CALLEJA, S.A- DE C.V.	CONTADO	CONTRA-PAGO	TERRESTRE
COMPAÑÍA DISTRIBUIDORA DE ORIENTE SA DE CV	CONTADO	CONTRA-PAGO	TERRESTRE
SERVIPRODUCTOS, S.A. DE C.V.	CONTADO	CONTRA-PAGO	TERRESTRE
DISMO, S.A. DE C.V.	CONTADO	CONTRA-PAGO	TERRESTRE
INDUSTRIAS LA CONSTANCIA, S.A. DE C.V.	CONTADO	CONTRA-PAGO	TERRESTRE



**Manejo de inventario.**

Para la elaboración de los exquisitos platillos, los productos a utilizar requieren un manejo especial, ya que son de fácil descomposición para la conservación de ellos se cuenta con un procedimiento de inventario que se llevara acabo de la siguiente manera:

**Capacidad instalada.**

Para determinar la capacidad instalada de la empresa, se tomaron en cuenta las épocas en las cuales se reflejan temporada alta y temporada baja para las empresas del mismo rubro. De esta manera se considerará en que época se recibirá mayor afluencia de personas y por defecto caso contrario.

**Equipo de instalaciones.**

A continuación se presentan la maquinaria y el equipo con la que contara la empresa para la elaboración de los productos.

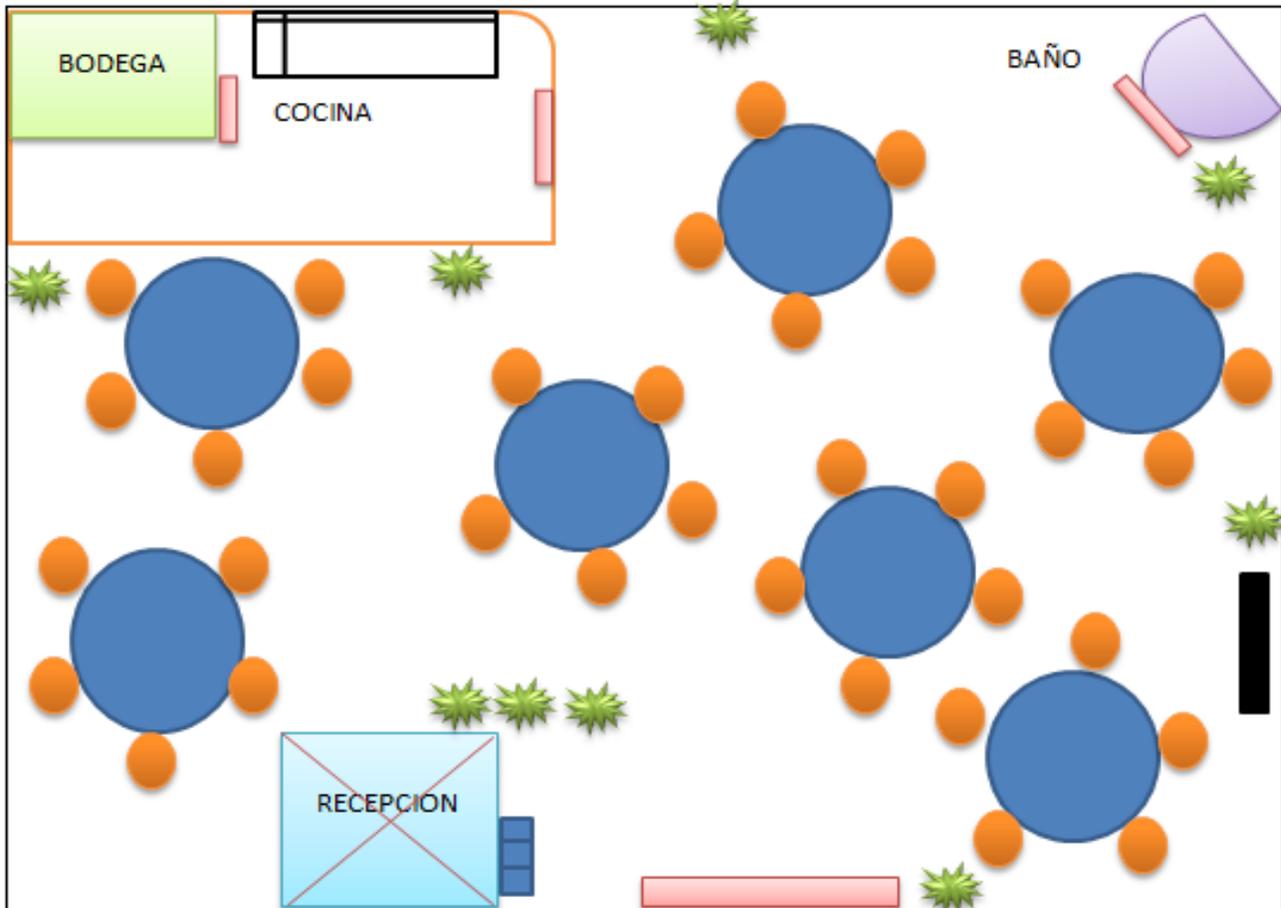
MAQUINARIA	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Mesa de trabajo	Acero inoxidable	1	\$130	\$225
Sartén	Con Teflón	4	\$16.25	\$65
Cocina		1	\$600	\$610
Refrigerador		1	\$479	\$670
Olla de Aluminio	A presión	2	\$38	\$76
Licuadaora		1	\$65	\$135
Batidora	Oster	1	\$129	\$129
Caja Registradora		1	\$239	\$239
Computadora	Hp	2	\$900	\$1800
Cafetera		1	\$56	\$56
Pantallas plasma	Lg	2	\$399	\$798



<b>Teléfono</b>	Sony	1	\$24	\$24
<b>Comal</b>		1	\$15.00	\$15
<b>Parrilla</b>		2	\$84	\$168
<b>Ollas de Presión</b>	oster	2	\$26	\$52
<b>Cucharon</b>		5	\$1.25	\$6.25
<b>Espátulas</b>		3	\$0.50	\$1.50
<b>Charola</b>		3	\$2.00	\$6
<b>Jarra</b>		6	\$2.5	\$15.00
<b>Colador</b>		2	\$1	\$2
<b>Abre lata</b>		2	\$0.50	\$1
<b>Batería de Cocina</b>		5	\$21	\$105
<b>Rallador</b>		2	\$0.50	\$1
<b>Salero</b>		8	\$1.25	\$10
<b>Tabla de cortar</b>		2	\$3.00	\$6
<b>Tenedor</b>	Conjunto de 50 piezas	2	\$3.50	\$7
<b>Cuchillo</b>	Conjunto de 50 piezas	2	\$3.99	\$7.98
<b>Cucharas</b>	Conjunto de 50 piezas	2	\$3.00	\$6
<b>Cuchara de postre</b>	Conjunto de 50 piezas	1	\$2.5	\$2.5
<b>Plato grande</b>		5	\$4	\$20
<b>Plato hondo</b>	Vajilla	2	\$25	\$50
<b>Plato de postre</b>	vajilla	2	\$10	\$20
<b>Vasos</b>		75	\$0.25	\$18.75
<b>Tazas</b>		50	\$0.50	\$25
<b>Azucarera</b>		8	\$1	\$8
<b>Otros</b>		1	\$135	\$135
<b>Mobiliarios</b>		1	\$200	\$200
<b>Total de la inversión</b>				<b>\$5,716</b>



**Distribución del espacio.**



**Proyección de Costos.**

Para calcular nuestros costos por unidades vendidas, tomaremos en cuenta las siguientes variables:

Costo por unidad de plato normal que es igual al costo de ingrediente plato normal que será calculado por la suma de los valores unitarios de los ingredientes de cada plato



**Proyección de Ingresos por Ventas.**

Para estimar el monto de las ventas mensuales se realizó a los criterios:

Se proyecta una venta diaria de aproximadamente \$216 con la cual el promedio de compra de cada cliente se pronostica a \$6 por cada transacción.

Al realizar la ecuación se tendría  $[(\$216 \cdot 30 \text{ días}) / 6] = 1080$  platos que se estarían vendiendo el primer según lo propuesto. Al realizar el análisis se tendría que diario se estará vendiendo un promedio de 36 platos de comida.

El pronóstico de crecimiento que el Restaurante el faro de la bahía tendría según el estudio de mercado y resultados obtenidos sería de un 3% cada mes.

El precio de venta pronosticado representa un margen de contribución de un 40%.

MESES	PRECIO DE VENTA PROMEDIO POR PLATILLO	N° DE PLATILLOS VENDIDOS	VENTAS MESUALES
<b>ENERO</b>	\$ 6	1080	\$ 6,480
<b>FEBRERO</b>	\$ 6	1112	\$ 6,672
<b>MARZO</b>	\$ 6	1145	\$ 6,870
<b>ABRIL</b>	\$ 6	1179	\$ 7,074
<b>MAYO</b>	\$ 6	1214	\$ 7,446
<b>JUNIO</b>	\$ 6	1250	\$ 7,500
<b>JULIO</b>	\$ 6	1287	\$ 7,722
<b>AGOSTO</b>	\$ 6	1325	\$ 7,925
<b>SEPTIEMBRE</b>	\$ 6	1365	\$ 8,190
<b>OCTUBRE</b>	\$ 6	1406	\$ 8,436
<b>NOVIEMBRE</b>	\$ 6	1448	\$ 8,688
<b>DICIEMBRE</b>	\$ 6	1491	\$ 8,946
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 91,949</b>



**Presupuesto de Producción.**

	En	Fe	Ma	Ab	Ma	Ju	Jul	Ag	Sep	Oct	No	Dic
	e	b	r	r	y	n		o	t		v	
<b>Pronósticos de venta</b>	1080	1112	1145	1179	1214	1250	1287	1325	1365	1406	1448	1491
<b>+Inventario final deseado</b>	32	33	34	35	36	37	39	40	41	42	43	44
<b>- Inventario inicial</b>	0	32	33	34	35	36	37	39	40	41	42	43
<b>PRESUPUESTO DE PRODUCCION EN UNIDADES</b>	1112	1113	1146	1180	1215	1251	1289	1326	1366	1407	1449	1492

**Presupuesto de Mano de Obra.**

PUESTO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
<i>Gerente</i>	\$500	\$6,000.00
<i>Cocinera</i>	\$233.10	\$2,797.20
<i>Meseros</i>	\$233.10	\$2,797.20
<i>Cajera</i>	\$233.10	\$2,797.20
<i>Ordenanza</i>	\$200	\$2,400.00
<i>Vigilante</i>	\$200	\$2,400.00
<b>PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA</b>		<b>\$19,191.60</b>



**Presupuesto de costos Directos de producción.**

MESES	COSTO PRONOSTICADO POR PLATILLO	UNIDADES DE PLATILLOS A PRODUCIR	VENTAS MESUALES
<b>ENERO</b>	\$ 3.6	1112	\$ 4,003.20
<b>FEBRERO</b>	\$ 3.6	1113	\$ 4,006.80
<b>MARZO</b>	\$ 3.6	1146	\$ 4,125.60
<b>ABRIL</b>	\$ 3.6	1180	\$ 4,248.00
<b>MAYO</b>	\$ 3.6	1215	\$ 4,374.00
<b>JUNIO</b>	\$ 3.6	1251	\$ 4,503.60
<b>JULIO</b>	\$ 3.6	1289	\$ 4,640.40
<b>AGOSTO</b>	\$ 3.6	1326	\$ 4,773.60
<b>SEPTIEMBRE</b>	\$ 3.6	1366	\$ 4,917.60
<b>OCTUBRE</b>	\$ 3.6	1407	\$ 5,065.20
<b>NOVIEMBRE</b>	\$ 3.6	1449	\$ 5,216.40
<b>DICIEMBRE</b>	\$ 3.6	1492	\$ 5,371.20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 55,245.60</b>



**Costos Indirectos de producción.**

	Ene	Feb	Ma r	Abr	Ma y	Jun	Jul	Ago	Sep t	Oct	Nov	Dic
<b>Energía</b>	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150
<b>Agua</b>	\$75. 2											
<b>Deprecia ción</b>	\$109	\$109	\$109	\$109	\$109	\$109	\$109	\$109	\$109	\$109	\$109	\$118
<b>Alquiler de local</b>	\$113 0	\$565	\$565	\$565	\$565	\$565	\$565	\$565	\$565	\$565	\$565	\$565
<b>Transpor tes</b>	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80
<b>Empaque s varios</b>	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250
<b>TOTAL S</b>	\$179 4.2	\$122 9.2	\$123 8.2									



# FINANZAS

**/DIAGNOSTICO FINANCIERO**

**/PLAN FINANCIERO**



---

## 6.5. FINANZAS

La toma de decisiones sobre las finanzas están a cargo del gerente sin embargo el gerente tiene encargados para varias de las actividades relacionadas con los ingresos y salidas de capital.

Se maneja un sistema de contabilidad formal, enfocado en la generación de información oportuna y relevante para dos propósitos fundamentales:

- 1) Garantizar una toma de decisiones más acertada y fundamentada en datos concretos. Esta contabilidad la lleva a cabo un contador interno y registra todos los movimientos financieros que se llevan a cabo en la empresa; para hacerlos llegar al contador general que se encuentra en las oficinas de San Salvador.
- 2) Generar la información que sirve de base para la elaboración de Estados Financieros y demás requisitos de ley. El contador general recibe la información generada por la empresa y se encarga de elaborar los informes concernientes.

### **Fuentes de Financiamiento**

La fuente de financiamiento principal con la que cuenta, es el de las ventas que se generan, a partir de los productos vendidos; además recurre a otras alternativas de financiamientos, como lo es el caso de los proveedores, parte de ellos les proporcionan a la empresa una forma de pago al crédito al momento de adquirir ciertos materiales, además tiene un financiamiento con instituciones bancarias que les permite resistir ante cualquier crisis.



---

## **Instituciones de Financiamiento**

CONAMYPE

Lanza el programa Crece MIPYME.

El Ministro lanzó el Programa gubernamental Creces MIPYME, que el Presidente de la República, Mauricio Funes presentó en mayo pasado, del presente año. El objetivo principal de esta iniciativa es promover la inversión productiva, bajo un enfoque innovador ya que integra programas, apoyos y financiamiento que las MYPE pueden obtener en las instituciones del Estado que ofrecen estos servicios.

El presupuesto de inversión inicial para Usulután es de \$84,320, con lo que se beneficiará a 300 iniciativas empresariales. “Destinaremos \$151,288 dólares adicionales para que este CDMYPE ejecute Creces MIPYME, haciendo una inversión total de CONAMYPE de \$ 235,608 para el fortalecimiento de los empresarios y empresarias de este territorio<sup>14</sup>.

## **Estructura de Ingresos**

Los ingresos que recibe son exclusivamente de la venta de los productos que vende.

## **Estructura de Egresos**

Se maneja un sistema de Fondo de Caja Chica, el cual está destinado a cubrir gastos menores y urgentes que no puedan ser liquidados con cheque o autorización. Quien emite la autorización es el Gerente, sin la firma de él no se puede realizar ningún reembolso, lleva además la firma del propietario.

---

<sup>14</sup> <http://www.conamype.gob.sv/index.php/novedades/noticias/1186-2013-07-18-22-14-05>



---

## **Estructura de Presupuestos**

Presupuesto de Mano de Obra:

Dentro se manejan este presupuesto con el fin de realizar estimaciones del costo q se incurrirán en ella, y llevar un mejor control esto se realiza semanalmente, este reporte es enviado a oficinas centrales para recibir los correspondientes cheques.

Presupuesto General:

El presupuesto general se realiza cada mes, en él se detalla todos los costos en los que incurre que va desde la mano de obra hasta todos los gastos de mantenimiento

## **Sistema de Contabilidad**

Cuenta con contabilidad formal ya que la empresa realiza los registros contables y prepara los estados financieros, esto es realizado por un contador general de la empresa

## **Créditos (Proveedores y Clientes)**

Se cuenta con buenos proveedores de insumos y de materia prima.



**Costos**

Los costos de la empresa directos como indirectos se realizan por secciones.

**Inversión en activos fijos**

Cantidad	Descripción	Costo	Total
10	mesas y sillas	\$50.00	\$500.00
1	cocina industrial	\$300.00	\$300.00
1	computadora claro	\$330.00	\$330.00
1	Ticketeras	\$200.00	\$200.00
1	Refrigeradora	\$800.00	\$800.00
1	Cafetera	\$70.00	\$70.00
1	Licadora	\$100.00	\$100.00
1	extractor de jugos	\$25.00	\$25.00
1	aire acondicionado	\$400.00	\$400.00
1	tv plasma LG	\$620.00	\$620.00
1	teatro en casa Philips	\$180.00	\$180.00
2	alquiler de local	\$1,130.00	\$2,260.00
1	utensilios y decoraciones varias	\$800.00	\$800.00
			<b>\$6,585.00</b>



## FLUJO DE EFECTIVO

Concepto	2012	2013
Al 31 De Diciembre De 2013 Y 2012		
<b>Flujo De Las Actividades De Operación</b>		
<b>Déficit Del Ejercicio</b>	\$ 9,273.72	\$ 16,057.08
<b>Depreciación Acumulada</b>	\$ -	\$ -
<b>Caja</b>	\$ 20,460.40	\$ (20,820.99)
<b>Inventario</b>	\$ (27,307.22)	\$ 1,186.24
<b>Cuentas Por Cobrar</b>	\$ (1,405.46)	\$ 1,494.28
<b>Pagos Anticipados</b>	\$ 1,797.35	\$ (1,382.59)
<b>Cuentas Por Pagar</b>	\$ (2,810.90)	\$ 2,125.83
<b>Provisiones</b>	\$ (938.59)	\$ (262.53)
<b>Retenciones Por Pagar</b>	\$ -	\$ (8.78)
<b>Reserva Legal</b>	\$ 930.70	\$ 1,611.46
<b>Debito Fiscal Iva</b>		
<b>Flujo Neto Por Operaciones</b>	\$ 0.00	\$ (0.00)



**ESTADO DE RESULTADO**

OSIRIS AMELIA BAIRES CORLETO  
 RESTAURANTE EL FARO DE LA BAHIA

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

INGRESOS NETOS			\$ 20,925.79
Ingreso por venta de combustible		\$ 20,925.79	
COSTOS DE VENTA			
Inventario inicial	\$ 953.54		
Compras netas	\$ 17,950.23	\$ 18,903.77	
Inventario final		\$ 845.60	\$ 18,058.17
UTILIDAD BRUTA			\$ 2,867.62
COSTOS Y GASTOS			\$ 1,657.70
GASTOS DE VENTA		\$ 209.25	
GASTOS DE ADMINISTRACION		\$ 1,448.45	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			\$ 1,209.92
IMPUESTO SOBRE LA RENTA			EXENTA
(-) PAGO A CUENTA		\$ 313.89	
TOTAL A DEVOLVER			\$ 313.89
UTILIDAD NETA			\$ 1,209.92

ROMEO SALOMON CHAVARRIA  
 GARCIA  
 REPRESENTANTE LEGAL

JOSE MANUEL MEMBREÑO QUINTANILLA  
 CONTADOR

FARO DE LA BAHIA



**BALANCE GENERAL**

OSIRIS AMELIA BAIRES CORLETO  
 RESTAURANTE EL FARO DE LA BAHIA  
 BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

<b>ACTIVO</b>			
ACTIVO CORRIENTE		\$ 2,381.66	51%
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE	\$ 1,504.28		
Caja	<u>\$ 1,504.28</u>		
INVENTARIO	\$ 845.60		
Inventario de mercadería	<u>\$ 845.60</u>		
PAGOS PÓR ADELANTADOS	<u>\$ 31.78</u>		
ACTIVOS NO CORRIENTES			
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 2,325.00	49%
MOBILIARIO Y EQUIPO			
Mobiliario de venta	\$ 2,325.00		
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>		<u><u>\$ 4,706.66</u></u>	
<b>PASIVO</b>			
PASIVO CORRIENTE		\$ 1,341.04	28%
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 1,300.00		
Fovial y cotrans	<u>\$ 1,300.00</u>		
PROVISIONES	<u>\$ 41.04</u>		
			\$ 1.16
<b>PATRIMONIO</b>			
CAPITAL ACCIONARIO		\$ 2,253.93	48%
Capital social mínimo	<u>\$ 2,253.93</u>		
RESULTADOS ACUMULADOS			
UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS		\$ 1,209.92	26%
Utilidad del presente ejercicio	<u>\$ 1,209.92</u>		
DEFICIT ACUMULADO		\$ (98.23)	-2%
Perdidas del presente ejercicio	<u>\$ (98.23)</u>		
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<u><u>\$ 4,706.66</u></u>	

ROMEO SALOMON  
 CHAVARRIA GARCIA

JOSE MANUEL MEMBREÑO QUINTANILLA



REPRESENTANTE LEGAL  
**RAZONES FINANCIERAS**

CONTADOR

Razón Circulante	<u>Activo Corriente</u>	\$	2,381.66	\$ 1.78	
	Pasivo Corriente	\$	1,341.04		
Prueba Acida	<u>Activo Corriente - Inventarios</u>	\$	1,536.06	\$ 1.15	
	Pasivo Corriente	\$	1,341.04		
Razón De Rotación Inv.	<u>Costos De Ventas</u>	\$	18,058.17	\$ 21.36	17.09 Días
	Inventarios	\$	845.60		
Razón De Rotación Act. Fijo	<u>Ventas</u>	\$	20,925.79	9.0	
	Acti. Fijo Netos	\$	2,325.00		
Razón De Rotación Act. Total	<u>Ventas</u>	\$	20,925.79	4.4	
	Activo Total	\$	4,706.66		
Razón De Rotación Act. Total	<u>Pasivos Totales</u>	\$	1,341.04	28%	
	Activos Totales	\$	4,706.66		
Margen De Utilidad Neta	<u>Utilidad Neta</u>	\$	1,209.92	6%	
	Ventas	\$	20,925.79		
Rendimientos Activos Total	<u>Utilidad Neta</u>	\$	1,209.92	26%	
	Activo Total	\$	4,706.66		
Rendimientos Capital Cont.	<u>Utilidad Neta</u>	\$	1,209.92	54%	
	Capital Contable	\$	2,253.93		



## **7. CONCLUSION Y RECOMENDACIÓN**

### **7.1. Conclusión**

Con base a la investigación realizada se identificó que el Restaurante Faro de la Bahía resulta ser un proyecto rentable y atractivo para los inversores ya que ofrece a los consumidores un concepto innovador y a la vez acogedor que atrae principalmente a grupos de amigos, familiares y de trabajo ya que la política del servicio al cliente va en busca de fortalecer relaciones del personal del restaurante hacia los clientes para crear lealtad hacia con estos.

El Restaurante logrará ofrecer a sus clientes precios accesibles en su variedad de platos , siendo estos en base a mariscos y dándole así el valor agregado ofreciendo productos saludables que son bajos en grasas , y con grandes beneficios.

Se identificó San Miguel como un zona de alta circulación en la cual se puede desarrollar el restaurante teniendo así la oportunidad de ser identificados por clientes potenciales sin embargo la zona de San Miguel posee la desventajas que los locales comerciales no cuenta con el espacio del parqueo apto para el desarrollo y crecimiento de este tipo de negocio por lo que este podría no ser suficiente.

En la parte financiera del plan de negocios se elaboró una planeación a futuro, teniendo así información que permiten realizar supuestos para tener un control de sus productos evitando perdidas en el restaurante proporcionando la guía para ir en un crecimiento continuo.

En la preparación de los alimentos no se tiene recetas estandarizadas con los pasos para elaborar cada platillo, y cuenta con la cantidad para las porciones adecuadas para cada platillo.

## **7.2. Recomendaciones.**

Con base en las conclusiones expresadas se recomienda que:

- ❖ Debido a que el capital humano es la parte más importante dentro de un negocio recomendamos establecer políticas de contratación claras y pertinentes a los puestos a contratar , para que de esta forma logre existir armonía y buen servicio hacia a laso clientes dentro del negocio.
- ❖ El equipo de trabajo recomienda que la persona que se encargue de administrar el negocio tenga muy buenas bases en lo que concierne a restaurantes y alimentos y de esta manera pueda mantener el liderazgo en la parte de cocina, para mantener un stock mínimo y así el restaurante presente pocas pérdidas en productos vencidos.
- ❖ Se recomienda mantener el enfoque basado en el cliente por lo tanto herramientas como el focus group, encuestas, degustaciones, buzón de sugerencias, siempre serán de provecho y necesarias para la mejora continua y crecimiento del negocio.
- ❖ Se recomienda mantener una cultura de innovación y aprovechar al máximo las herramientas que están a la disposición de las empresas como las capacitaciones brindadas por el INSAFORP que pueden ser capacitaciones basadas en ventas , atención al cliente , manejo de recursos humanos entre otros, esto permitiría mantenerse a la vanguardia y ser una empresa competente.

- ❖ Se le recomienda a futuro poder elaborar más platillos creativos y adaptables en la carta en base de mariscos siendo este un producto saludable y de mucha tradición en nuestra región.
- ❖ Se recomienda crear recetas estandarizadas para que de esta forma mantener la calidad, consistencia sirviéndose así de la misma manera cada vez que lo consuma el cliente.

## **PROPUESTA.**

En base a la investigación realizada hemos identificado ciertos puntos críticos que son de suma importancia por lo que realizamos las propuestas pertinentes de solución:

- ❖ Hemos detectado que de toda la puesta en marcha de un restaurante la inversión inicial constituye uno de los puntos vitales y nosotras calculamos un estimado mínimo de inversión inicial , sin embargo es necesario tomar en cuenta los gustos y preferencias del inversionistas y de este modo poder presupuestar una inversión inicial que se acople a las necesidades presentadas sin dejar de lado que esta inversión no debe hacerse a la ligera , de modo que se pueda recuperar en su totalidad en el menor tiempo de operación es del negocio.
- ❖ Debido a que la zona es altamente comercial el futuro inversionista se enfrentará a un mercado altamente competido en el sector de alimentos, por lo tanto el restaurante a montar debe destacarse por un servicio incondicional por productos de muy buena calidad y un consumo promedio que se adapte en los ingresos per cápita en la zona objetiva.

- ❖ El plan de negocios como tal está basado en investigaciones reales, por lo que hemos concluido que es rentable este negocio, sin embargo todo barco necesita de un buen capitán que lo dirija por lo que en este caso es necesario y de carácter vital que este negocio sea dirigido por un administrador capaz y competente para lograr las ventas proyectadas.
- ✓ Poner un buen sistema de inventario con las necesidades del restaurante ya que les ayudará a tener un mejor manejo de sus materias primas y a su vez de las ventas realizadas diarias, mensuales etc., evitando pérdidas de materiales o materias primas.

## 8. GLOSARIO.

- ❖ **Análisis Económico-financiero:** Aplicación de un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas en el momento oportuno.
- ❖ **Calidad:** Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten caracterizarla y valorarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie.
- ❖ **Crecimiento Económico:** Es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado período.
- ❖ **Canales de Distribución:** Es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.
- ❖ **Consumidor:** Es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.
- ❖ **Costos Fijos:** Son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios.
- ❖ **Culinario:** Es una forma creativa de preparar los alimentos y depende mucho de la cultura, en términos de conocimientos respecto a los alimentos, su forma de prepararlos, así como de los rituales sociales establecidos alrededor de la comida.

- ❖ Descripción del Negocio: Consiste en explicar el negocio, es decir, que vamos a realizar, y describir el producto o servicio que vamos a ofrecer, señalando sus características principales.
- ❖ Estudio de Mercado: Consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.
- ❖ Estrategia Empresarial: Se refiere al conjunto de acciones planificadas anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento empresarial.
- ❖ Estrategia de Marketing: Está dirigida a generar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, con mayor efectividad que la competencia, a fin de generar en el cliente lealtad hacia una empresa o una marca. Es una parte del marketing que contribuye en planear, determinar y coordinar las actividades operativas.
- ❖ Factibilidad: Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.
- ❖ Fidelización de los clientes: La fidelización es el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto concreto de una marca concreta, de una forma continua o periódica.
- ❖ Metodología de la Investigación: Hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Alternativamente puede definirse la

metodología como el estudio o elección de un método pertinente para un determinado objetivo.

- ❖ Necesidades: Para una persona es una sensación de carencia unida al deseo de satisfacerla.
- ❖ Objetivos: Son los que marcan las metas a alcanzar e incluso cómo alcanzarlas. Los objetivos que la empresa establezca para cualquier acción o departamento deben ser siempre coherentes con los objetivos genéricos que se establezcan en el plan estratégico de la empresa, que es el que articula toda la actividad y evolución de la entidad.
- ❖ Objetivos de Marketing: Es el eje central del plan de marketing, ya que el resto de elementos del plan se articularán con la única finalidad de conseguir que se alcancen estas metas.
- ❖ Plan de Negocio: Es una formal de los objetivos de negocio, recogidos por escrito en un documento, que desarrolla, sistematiza e integra las actividades, estrategias de negocio, análisis de la situación del mercado y otros estudios que son necesarios para que una idea de negocio se convierta en una empresa viable, y en el cual se recoge la idea de rentabilidad del negocio, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiación, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida. Cuando tiene la intención de iniciar un negocio. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa.
- ❖ Plan publicitario: Es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado. Puede ser para un bien o servicio, una

marca o una gama de producto. También puede hacerse para toda la actividad de una empresa.

- ❖ Precios Competitivos: Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad, es decir, la optimización de la satisfacción o el precio fijados algunos factores.
- ❖ Productos nutricionales: Componentes estructurales que proporcionan las sustancias que necesita el organismo de un ser vivo para mantener sus funciones, completar lo que pierde y para crecer.
- ❖ Proveedor: Se aplica a la persona que provee o abastece a otra persona de lo necesario o conveniente para un fin determinado.
- ❖ Restaurante: Es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar.
- ❖ Resumen Ejecutivo: Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, va antes de la presentación y es lo primero o a veces lo único que lee el receptor del proyecto, por lo tanto en pocas palabras se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.
- ❖ Servicio: Es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios.

## 9. BIBLIOGRAFIA

### Libros

❖ Chiavenato Idalberto.

Gestión del Talento Humano,

Edit. McGraw Hill Interamericana Colombia, 2005.

❖ Cooper Brian, Floyd Brian, Mc Nelly Gina.

Cómo Iniciar y Administrar un Restaurante.

Grupo Editorial Norma 2002.

❖ Fornos Gómez, Jesús

Contabilidad Financiera.

Ediciones Contables, 3° Edición.

❖ Heizer, Jay

Principios de Administración de Operaciones,

Séptima Edición, Pearson Educación.

❖ Rubín Balderas, Levin

Estadística para Administración y Economía

7° edición/Pearson Educación.

❖ Stanton William J.

Fundamentos de Marketing,

Decimocuarta Edición, Edit. McGraw Hill

❖ Varela Rodrigo

Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas,

Tercera Edición 2001, Prentice Hall.

## **Leyes**

❖ Constitución de el Salvador.

El Salvador, Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho

FESPAD Ediciones, 2001.

❖ Ley de protección al consumidor. Explicada y su reglamento.

1º Edición 1997, Algue´s Impresora S.A de C.V.

❖ Mendoza Orantes, Ricardo Alberto

Código de comercio de El Salvador Actualizado.

Editorial Jurídica Salvadoreña, 1995.

## **Web**

❖ Alcaldía Municipal.

<http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/647.95-G948p/647.95-G948p-Capitulo%20I.pdf>.

❖ Ministerio de Salud.

<http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/647.95-G948p/647.95-G948p-Capitulo%20I.pdf>

❖ <http://html.rincondelvago.com/analisis-foda.html> 08/05/2013.

❖ <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/departamentalizacion.htm> 08/05/13

❖ [http://florescanecon.mex.tl/871725\\_30--Definicion-de-Estudio-Financiero.html](http://florescanecon.mex.tl/871725_30--Definicion-de-Estudio-Financiero.html)

❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ingreso>.

❖ <http://www.censos.gob.sv/util/datos/Resultados%20VI%20Censo%20de%20Poblacion%20de%20Vivienda%202007.pdf>

❖ DIGESTYC (Dirección General de Estadísticas y Censos, SV). s.f. Monografía de El Salvador.

<http://www.digestyc.gob.sv/> DigestycWeb

# **ANEXOS**

## **Aspectos Legales de la Empresa**

Se han considerado los trámites legales generales que debe realizar toda persona jurídica para la legalización de la empresa así como los específicos para el giro del negocio que es servicio de restaurante siendo estos los relacionados con la obtención de permiso y licencia para la comercialización y consumo de bebidas, permisos de funcionamiento e instalación de establecimientos alimentarios y la licencia sanitaria correspondiente.

Matrícula de la empresa

### **1. Inscripción de sociedad nacional**

Para la inscripción de nuestro negocio se debe ir ante un notario.

REQUISITOS:

1. Testimonio de escritura pública de Constitución de Sociedad.
2. Fotocopia de escritura reducida
3. Pago de derechos de registro: \$.57 (¢5.00) X \$114.29 (¢1,000.00) de capital, hasta un máximo de \$11,428.60 (¢100,000.00)

### **Inscripción de Balance Contable Inicial**

Los balances contables se deben inscribir en el Registro de comercio y el derecho del registro tiene un costo de \$17.14.

REQUISITOS: 1. Balance inicial auditado externamente

2. Recibo pago derechos de registro 89

## **Inscripción de Empresa**

La inscripción deber realizarse en el Centro Nacional de Registros (CNR).

### **REQUISITOS:**

1. Solicitud de inscripción
2. Balance inicial auditado externamente
3. Solvencia inscripción Dirección General de Estadísticas y Censos
4. NIT de la sociedad
5. Recibo pago derechos de registro.

## **Registro de número de identificación (NIT)**

Para registrar el Número de Identificación Tributaria (NIT) se deben presentar todos los requisitos necesarios en el Ministerio de Hacienda.

### **Requisitos:**

1. Escritura de constitución de sociedad inscrita en el Registro de Comercio
2. NIT del representante legal y accionistas
3. DUI del representante legal
4. Documento que acredite personería jurídica del representante legal
5. Recibo de pago de trámite

## **Inscripción de número de registro de contribuyente. (IVA)**

El registro del Número de Registro de Contribuyente se debe realizar ante el Ministerio de Hacienda.

Requisitos: 90

1. Escritura de constitución de sociedad inscrita en el Registro de Comercio
2. NIT del representante legal y accionistas
3. DUI del representante legal
4. Documento que acredite personería jurídica del representante legal

Inscripción de número de identificación patronal

La inscripción del Número de Identificación Patronal se deberá realizar en el Ministerio de Hacienda, presentando todo lo requerido.

#### REQUISITOS:

1. Solicitud única
2. Escritura de constitución de sociedad inscrita en el Registro de Comercio
3. Copia de Cédula de Identidad Personal del representante legal.

#### **Permisos de funcionamiento e instalación de establecimientos alimentarios**

Procedimiento para la obtención de Licencia de Funcionamiento para Establecimientos según el Ministerio de Salud:

1. El interesado deberá solicitar por escrito al señor Director de la Unidad de Salud de su jurisdicción se le realice inspección para obtener Licencia de Funcionamiento y deberá acompañar copia para firma de recibido.
2. La solicitud deberá acompañarse de los requisitos que el establecimiento de salud especifique en cada caso, entre algunos (solvencia de pago de alcaldía, contrato de empresa fumigadora).
3. No se recibirá ninguna solicitud si no lleva la documentación requerida. Recibida la solicitud se emitirá mandamiento de pago el cual se cancelara en Colecturía del Ministerio de Salud, ubicada en las oficinas de la Gerencia de 91

Salud Ambiental en el edificio del Laboratorio Central Dr. Max Bloch, sobre la Alameda Roosevelt, frente al Parque Cuscatlán, donde se les emitirá Factura o Comprobante de Crédito Fiscal.

Estas tarifas fueron autorizadas según Acuerdo Ejecutivo No. 636 del 20 de junio del año 2006, Diario Oficial No. 120, Tomo 371 del 29 de junio 2006.

4. Se realizara la asignación del técnico de saneamiento para realizar la inspección.
5. Durante la inspección el técnico aplicará la respectiva ficha de inspección, misma que deberá ser llenada apoyándose en la respectiva Norma Técnica Sanitaria.
6. Después de haber realizado la inspección, el técnico informara al Director del establecimiento de salud correspondiente y programara re-inspección si fuere necesario, estipulando fecha y hora.
7. Las re-inspecciones se realizarán en las fechas indicadas en la ficha de inspección, las que deben ser coordinadas con el propietario del establecimiento, ya que el objetivo de estas es verificar el cumplimiento de las recomendaciones emanadas de la primera inspección.
8. Si los resultados de las re-inspecciones son favorable por la puntuación obtenida, el Director del establecimiento de salud emitirá Licencia de instalación y funcionamiento al establecimiento alimentario, el cual tendrá vigencia de tres años.

#### **Tramite de licencia sanitaria.**

La Licencia de saneamiento para establecimientos alimentarios se obtiene mediante el Ministerio de Salud. 92

**Requisitos:**

1. Fotocopia de DUI del representante legal o persona natural
2. Fotocopia de NIT de la empresa o persona natural (en caso de extranjero carné de residente)
3. Fotocopia de Escritura de Constitución de Sociedad (aplica únicamente a personas jurídicas)
4. Solvencia Municipal
5. Copia de autorización o calificación del lugar para ubicación del establecimiento otorgada por la autoridad competente.
6. Certificado de salud de los trabajadores que incluya exámenes clínicos actualizados cada seis meses de: general de heces, general de orina; la exigencia para los exámenes de Baciloscopia y Radiografía del tórax, será evaluada por el médico responsable.
7. Programa de control de insectos y roedores

**Nota:**

1. Toda solicitud que no fuere diligenciada por el interesado en el término establecido por la autoridad de salud, esta quedará sin efecto, por lo que, el interesado debe iniciar un nuevo trámite
2. En los casos que haya cambio de domicilio o haber realizado remodelaciones, debe comunicarlo a la autoridad de salud respectiva.
3. La obtención de la licencia sanitaria estará sujeta al cumplimiento de los requisitos sanitarios.

## **Trámites de inscripción e la dirección general de estadísticas y censos**

Estos requisitos son para obtener una solvencia de parte de la DYGESTIC y poder inscribirse en la misma; y poder así formalizar el negocio.

Requisitos: 93

1. Escritura de la sociedad inscrita (Original y copia)
2. Balance Inicial de la sociedad (Original y copia)
3. NIT e IVA de la sociedad (Original y copia)
4. DUI Representante Legal (Original y copia)
5. Llenar solicitud
6. Pago por inscripción según tabla Digestyc