

# ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TEMA:** *“Proyecto de Creación de un Restaurante Temático de Comida típica de Costa y de Sierra en la ciudad de Latacunga, que ofrezca calidad de productos y excelencia en servicio”*

**MAESTRANTE: AB. SONIA PAMELA ESCOBAR ARELLANO**

# PUNTOS A TRATAR

- IMPORTANCIA
- RESUMEN EJECUTIVO
- ESTUDIO DE MERCADO
- TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS
- ESTUDIO TÉCNICO
- LA EMPRESA
- ESTUDIO FINANCIERO
- CONCLUSIONES
- RECOMENDACIONES

# IMPORTANCIA

- La variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina se ha ido expandiendo cada vez más, lo que ha dado como resultado los restaurantes temáticos, los mismos que llevan su nombre por un tema determinado que escoge su propietario, muchos de estos se encuentran establecidos bajo la modalidad de franquicias.

# IMPORTANCIA

- Los restaurantes temáticos se han popularizado en el mundo, tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, porque atraen a una gran población, especialmente adultos. La razón es que en ellos encuentran gran variedad.

# CHRISTON CAFE



# RESUMEN EJECUTIVO

- El mercado de los Restaurantes temáticos ha experimentado en los últimos años un crecimiento.
- Solo los que están en constante renovación y satisfacen las necesidades de sus clientes logran mantenerse en el mercado.

# RESUMEN EJECUTIVO

- La idea del Restaurante Temático de Comida Típica, surge de la necesidad de ofrecer a la población un lugar donde degustar comida ecuatoriana de la Región Costa o Sierra.
- El restaurante temático tiene como propuesta satisfacer las necesidades gastronómicas de la población de la ciudad de Latacunga y sus sectores aledaños.

# RESUMEN EJECUTIVO

- Presentará dos ambientes: uno con decoración característica de la región Sierra y otra con decoración característica de la región Costa.
- El personal lucirá trajes típicos de cada una de las dos regiones.



# RESUMEN EJECUTIVO

- El mayor desafío es la competencia, ya que a pesar de no existir otro restaurante temático en esta ciudad, si contamos con restaurantes de comida típica posicionados durante mucho tiempo.
- Sin embargo considero que mi propuesta va a ser novedosa en el medio, ofreciendo productos y servicios de calidad, con precios regulares para llegar a posicionarse y mantenerse dentro del mercado latacungueño.

# RESUMEN EJECUTIVO

Los principales conceptos que se van a manejar dentro del proyecto son:

- ¿Cuáles son las características principales de los restaurantes temáticos?
- ¿La aceptación que puede tener un restaurante de este tipo dentro de la ciudad de Latacunga?
- ¿Cuánta rentabilidad podría generar?
- ¿De qué manera impactaría a la industria hotelera y turística de la ciudad y de la provincia?

# ESTUDIO DE MERCADO

- El estudio de mercado es una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.
- Analizar el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades y la forma de satisfacerlas.
- Averiguar los hábitos de comer fuera de casa y cuanto dinero están dispuestos a destinar a esta actividad.
- Con esta información desarrollé las técnicas adecuadas para posicionar el restaurante en el mercado local.

# ESTUDIO DE MERCADO

- La demanda
- La oferta
- La demanda insatisfecha

Para conocer si es viable o no el proyecto.

# ESTUDIO DE MERCADO

## LA DEMANDA

- Son los posibles consumidores de la población de cuatro cantones de la Provincia de Cotopaxi: Latacunga, Salcedo, Saquisilí y Pujilí de la zona urbana, comprendidos entre las edades de 20 a 69 años.
- Según las proyecciones del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos para el año 2010, las cifras de esta población, las encontramos en los cuadros que presento a continuación:

# ESTUDIO DE MERCADO

## LA DEMANDA

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE COTOPAXI SEGÚN GRUPOS DE EDAD AÑO 2010.

GRUPOS DE EDAD	PROVINCIA COTOPAXI
< 1 año	8.884
01 a 04	37.127
05 a 09	48.511
10 a 14	47.939
15 - 19	41.538
20 a 24	35.380
25 a 29	31.446
30 a 34	27.593
35 a 39	24.795
40 a 44	21.995
45 a 49	19.744
50 a 54	18.398
55 a 59	16.786
60 a 64	13.004
65 a 69	10.432
70 a 74	8.084
75 a 79	6.229
80 y más	5.451
<b>TOTAL</b>	<b>423.336</b>

GRUPO DE  
POTENCIALES  
CONSUMIDORES

# ESTUDIO DE MERCADO

## LA DEMANDA

PROYECCIÓN DE COTOPAXI POR CANTONES, POR ÁREAS Y AÑO CALENDARIO (AÑO 2010).

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
COTOPAXI	423.336	166.188	257.148
LATACUNGA	174.376	91.799	82.577
LA MANÁ	38.895	30.682	8.213
PANGUA	24.074	2.550	21.524
PUJILÍ	73.549	12.103	61.446
SALCEDO	62.135	17.499	44.636
SAQUISILÍ	25.210	9.296	15.914
SIGCHOS	25.097	2.259	22.838

# ESTUDIO DE MERCADO

## LA DEMANDA

PORCENTAJE DE POBLACIÓN SEGÚN CANTONES EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

CANTONES	% PROVINCIA
	AREA URBANA
COTOPAXI	166.188
LATACUNGA	55%
LA MANÁ	18%
PANGUA	2%
PUJILÍ	7%
SALCEDO	11%
SAQUISILÍ	6%
SIGCHOS	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



# ESTUDIO DE MERCADO

## LA DEMANDA

POBLACIÓN DE 20 A 69 AÑOS DE EDAD DEL ÁREA URBANA EN LOS CANTONES:  
LATACUNGA, PUJILÍ, SALCEDO Y SAQUISILÍ.

CANTONES	N° PERSONAS AREA URBANA
LATACUNGA	47.098
PUJILÍ	8.563
SALCEDO	5.994
SAQUISILÍ	4.281
<b>TOTAL</b>	<b>65.937</b>



NÚMERO DE  
CONSUMIDORES

# ESTUDIO DE MERCADO

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

- $N$  = es el tamaño de la población
- $p$  = es probabilidad de ocurrencia
- $q$  = es probabilidad de rechazo
- $Z$  = es la probabilidad de éxito (95%) = 1.96
- $e$  = es el error
- Obteniendo como resultado:
- $n = \frac{65937 (0,9) (0,1) (1,96)^2}{(0,05)^2 (65937 - 1) + (0,9) (0,1) (1,96)^2}$
- 
- $n = 22787,83 = 137,95$  es decir 138 encuestas

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

# ESTUDIO DE MERCADO

## LA OFERTA

Son los restaurantes de nuestra competencia.

# ESTUDIO DE MERCADO

## LA DEMANDA INSATISFECHA

NUMERO DE CONSUMIDORES \* 11% = DEMANDA INSATISFECHA

$$65.937 * 11\% = 7.253,07$$

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

¿LE GUSTA LA COMIDA TÍPICA ECUATORIANA?

<b>RESPUESTA</b>	<b>%</b>	<b># PERSONAS</b>
SI	96	132
NO	4	6
<b>TOTAL</b>		138

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

¿Come frecuentemente fuera de su casa?

RESPUESTA	%	# PERSONAS
SI	60	83
NO	40	55
<b>TOTAL</b>		138

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

¿Conoce usted lo que es un restaurante temático?

<b>RESPUESTA</b>	<b>%</b>	<b># PERSONAS</b>
SI	60	83
NO	40	55
<b>TOTAL</b>		138

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

¿Cree que en la ciudad de Latacunga hace falta un restaurante temático de comida típica?

RESPUESTA	%	# PERSONAS
SI	88	121
NO	12	17
TOTAL		138



# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS

- ¿Está conforme con el trato y el servicio que recibe en los lugares donde frecuentemente come?

RESPUESTA	%	# PERSONAS
SI	40	55
NO	60	83
<b>TOTAL</b>		138

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico promedio en un restaurante temático de comida típica con un excelente servicio?

RESPUESTA	%	# PERSONAS
3 usd.	19	26
5 usd.	42	58
7 usd.	18	25
8 usd.	15	21
10 usd.	6	8
<b>TOTAL</b>		<b>138</b>

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS

- ¿Al momento de elegir un lugar para comer cuales son para usted las características más importantes que debe reunir el sitio?

RESPUESTA	%	# PERSONAS
Buena atención	12	16
Buena Sazón	10	14
Cercanía centro de ciudad	2	3
Espacio suficiente donde parquear los vehículos		
Buen precio	4	5
Todas las anteriores	70	97
Otras	2	3
<b>TOTAL</b>		<b>138</b>

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

¿Si existiera un restaurante temático en la ciudad de Latacunga asistiría?

RESPUESTA	%	# PERSONAS
SI	96	132
NO	4	6
<b>TOTAL</b>		138

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS

- ¿En qué rango se encuentran sus ingresos mensuales?

<b>RESPUESTA</b>	<b>%</b>	<b># PERSONAS</b>
264 - 500	52	72
500 - 800	28	38
800 - 1000	10	14
más 1000	10	14
<b>TOTAL</b>		<b>138</b>

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS

- ¿Cuánto estaría dispuesto a destinar mensualmente para asistir a un restaurante temático?

RESPUESTA	%	# PERSONAS
10 usd.	4	6
15 usd.	2	3
20 usd.	8	11
25 usd.	3	4
30 usd.	10	13
40 usd.	14	19
50 usd.	29	40
60 usd.	6	8
70 usd.	3	4
80 usd.	4	6
100 usd.	11	15
150 usd.	2	3
200 usd.	4	6
<b>TOTAL</b>		<b>138</b>

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS

- ¿De los siguientes lugares que ofrecen comida típica cuál de ellos visita con mayor frecuencia?

RESPUESTA	%	# PERSONAS
Chugchucaras "La Mama Negra"	8	11
Marisquería "El Sol de Manta"	53	73
Cuyes	14	19
Otros	14	19
Ninguno	11	16
<b>TOTAL</b>		<b>138</b>

# ESTUDIO DE MERCADO

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS

- ¿En el mes cuántas veces ha visitado el lugar señalado en la pregunta anterior?

RESPUESTA	%
Una vez al mes	21
Dos veces al mes	33
Tres veces al mes	27
Cuatro veces al mes	19



# ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se define:

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

# ESTUDIO TÉCNICO

## FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO

- Disponibilidad de Recursos Financieros
- Disponibilidad de tecnología
- Disponibilidad del espacio físico.

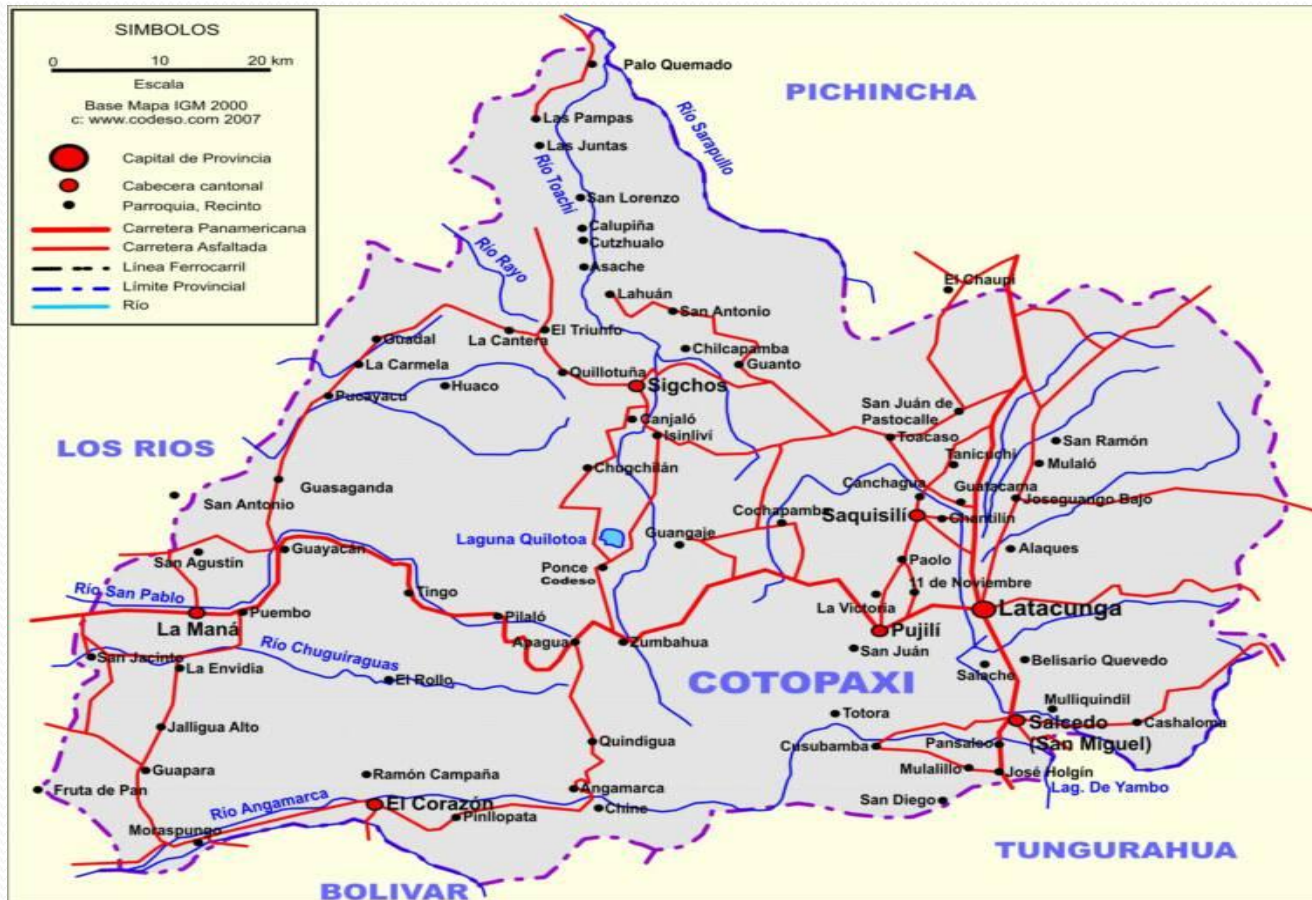
# ESTUDIO TÉCNICO

## FACTOR GEOGRÁFICO

- Cercanía al Mercado
- Infraestructura

# ESTUDIO TÉCNICO

## FACTOR GEOGRÁFICO



# ESTUDIO TÉCNICO

## FACTOR GEOGRÁFICO

### INFRAESTRUCTURA

<b>ÁREA DE PARQUEADERO</b>	100 m <sup>2</sup>
<b>ÁREA DE LA COCINA</b>	30 m <sup>2</sup>
<b>ÁREA DEL SALÓN</b>	300 m <sup>2</sup>
<b>ÁREAS VERDES</b>	40 m <sup>2</sup>
<b>BAÑOS</b>	30 m <sup>2</sup> dentro del área del restaurante
<b>ÁREA TOTAL</b>	500 m <sup>2</sup>

# ESTUDIO TÉCNICO

## CUADRO RESUMEN DE REQUERIMIENTO DE PERSONAL

<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO</b>
ADMINISTRADOR/A	1
CHEF	1
CAJER@S	1
MESER@S	5
AUXILIARES DE COCINA	2
PERSONAL DE LIMPIEZA	1
GUARDIA DE PARQUEADERO	1
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>

# LA EMPRESA

La razón de la empresa es **COSTA & SIERRA LO MEJOR DEL ECUADOR**

El logotipo que se utilizará en el restaurante será:  
Una montaña y en las faldas de la montaña el mar para que represente la fusión de ambas regiones.



# LA EMPRESA

## MISIÓN

“Proveer de productos de calidad y servicios de excelencia a nuestros clientes y consumidores a fin de satisfacer sus requerimientos y necesidades en lo concerniente a la alimentación, contribuyendo al desarrollo de la ciudad en el campo turístico culinario.”

## VISIÓN

“Ser el Restaurante Temático de Comida Típica preferido en la ciudad y en el centro del país, por calidad, salud y servicio dentro de cinco años.”

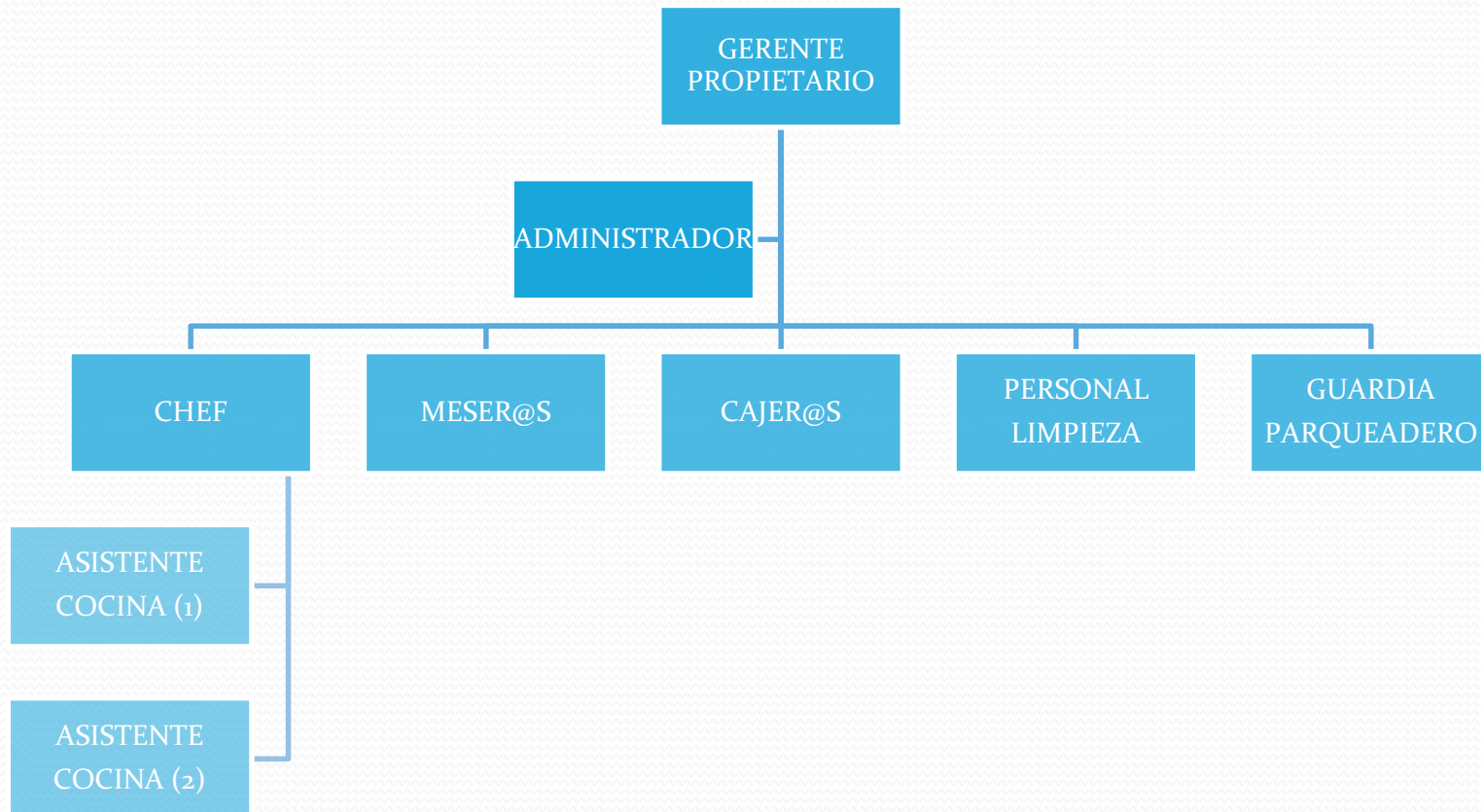


# LA EMPRESA POLÍTICA

La Política de la empresa se basa en una estructura organizada y sistémica en la cual cada uno de los trabajadores están concatenados lo unos con los otros para hacer cumplir la cadena del proceso en el que deben desarrollar sus actividades para atender a los clientes de manera eficaz y eficiente, dentro de esta cadena de procesos también se encuentran agentes externos como son nuestros proveedores y socios estratégicos, a los cuales se les exige que la entrega de los productos y servicios cumplan con nuestras especificaciones, para hacer cumplir esto cada uno de los involucrados cuenta con el liderazgo suficiente para reportar alguna anomalía y posteriormente tomar las medidas correctivas y/o preventivas para solucionar el incumplimiento del proceso.

# LA EMPRESA

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



# ESTUDIO FINANCIERO

## FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FUENTE	VALOR	%
CAPITAL PROPIO	40.575	37%
CREDITO	70.000	63%
TOTAL	110.859	100%

# ESTUDIO FINANCIERO

## INVERSIONES

RUBRO	VALOR USD.
TERRENO	25.000,00
OBRAS CIVILES	45.000,00
EQUIPOS	11.965,10
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	4.433,04
VEHICULOS	7.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	9.248,80
INVERSION PUBLICITARIA	1.800,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	649,00
OTROS COSTOS PREINV.	5.478,70
<b>TOTAL</b>	<b>110.859</b>

# ESTUDIO FINANCIERO

## GASTOS GENERALES ANUALES

RUBRO	VALOR
TELEFONO LUZ AGUA	3.368
MANTENIMIENTO EQUIPOS	239
MANTENIMIENTO VEHICULOS	350
TOTAL	3.957

# ESTUDIO FINANCIERO

## NÓMINA DEL PERSONAL

CARGO	SUELDO NOMINAL	BASICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE IESS	COST. TOTAL ANUAL	CANTIDAD PERSONAS	TOTAL
ADMINISTRADO R	400	4.992	400	264	520,80	6.177	1	6.177
CHEF	300	3.792	300	264	390,60	4.747	1	4.747
CAJERA	264	3.360	264	264	343,73	4.232	1	4.232
MESEROS	264	3.360	264	264	343,73	4.232	5	21.159
AUXILIARES DE COCINA	264	3.360	264	264	343,73	4.232	2	8.463
PERSONAL LIMPIEZA	264	3.360	264	264	343,73	4.232	1	4.232
GUARDIA	264	3.360	264	264	343,73	4.232	1	4.232
TOTAL		25.584	2.020	1.848	2.630	32.082	12	53.241

# ESTUDIO FINANCIERO

## PROYECCIÓN DE VENTAS

AÑO	COMIDA		BEBIDAS	
	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO
0	14.400	7	20.000	1,50
1	15.840	7,23	22.000	1,55
2	17.424	7,47	24.200	1,60
3	19.166	7,72	26.620	1,65
4	21.083	7,98	29.282	1,71
5	23.191	8,25	32.210	1,77
6	25.510	8,52	35.431	1,83
7	28.062	8,80	38.974	1,89
8	30.868	9,10	42.872	1,95
9	33.954	9,40	47.159	2,01
10	37.350	9,71	51.875	2,08

# ESTUDIO FINANCIERO

## PROYECCIÓN DE VENTAS EN DÓLARES

AÑO	VALOR
1	148.671
2	168.984
3	192.072
4	218.315
5	248.144
6	282.048
7	320.584
8	364.385
9	414.171
10	470.759



# ESTUDIO FINANCIERO

## DESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FUENTES</b>						
CAP.PROPIO	40.859					
CREDITO	70.000					
ING. POR VTAS	-	148.671	168.984	192.072	218.315	248.144
SALDO ANTERIOR		9.533	55.043	112.783	184.782	273.009
<b>TOTAL FUENTES</b>	<b>110.859</b>	<b>158.204</b>	<b>224.027</b>	<b>304.856</b>	<b>403.097</b>	<b>521.152</b>
<b>USOS</b>						
INVERSIONES	101.326					
GASTOS DE NOMINA		53.241	53.241	53.241	53.241	53.241
GASTOS DE ADMINISTRACION Y SERVICIOS		3.957	3.957	3.957	3.957	3.957
SERVICIO DEUDA PAGO AL PRINCIPAL		11.861	12.845	13.911	15.066	16.317
SERVICIO DEUDA PAGO INTERESES		5.171	4.187	3.121	1.966	716
PROVISION IMPREVISTOS	-	743	845	960	1.092	1.241
<b>TOTAL USOS</b>	<b>101.326</b>	<b>74.973</b>	<b>75.075</b>	<b>75.190</b>	<b>75.322</b>	<b>75.471</b>
<b>SALDO FUENTES - USOS</b>	<b>9.532,96</b>	<b>83.231</b>	<b>148.952</b>	<b>229.665</b>	<b>327.776</b>	<b>445.682</b>

# ESTUDIO FINANCIERO

## DESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

SALDO ANTERIOR		9.533	55.043	112.783	184.782	273.009
SERVICIO DEUDA AL PRINCIPAL		11.861	12.845	13.911	15.066	16.317
Depreciación Activos Fijos		5.522	5.522	5.522	5.522	5.522
Amortizaciones		1.456	1.456	1.456	1.456	1.456
UTILIDAD		78.581	99.777	123.816	151.082	182.012
Participación Trabajador ( 15% )		11.787	14.966	18.572	22.662	27.302
UTLIDAD DESPUES DE PART	-	66.794	84.810	105.243	128.420	154.710
Impuesto a la Renta ( 25% )		16.698	21.203	26.311	32.105	38.677
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	<b>9.533</b>	50.095	63.608	78.932	96.315	116.032
SALDO DE CAJA	9.533	54.745	112.486	184.485	272.711	379.405
Inversion Inicial	110.859					
Flujo de efectivo	-110.859	57.073	70.585	85.910	103.293	123.010

# ESTUDIO FINANCIERO

## FLUJO DE EFECTIVO

AÑO	INVERSION	COSTOS OPERATIVOS	PART. TRABAJADORES	IMPUESTO RENTA	INGRESOS	FLUJO
0	110.859					(110.859)
1		63.113	11.787	16.698	148.671	57.073
2		62.230	14.966	21.203	168.984	70.585
3		61.279	18.572	26.311	192.072	85.910
4		60.255	22.662	32.105	218.315	103.293
5		59.154	27.302	38.677	248.144	123.010
6		58.608	32.688	46.307	282.048	144.445
7		58.801	38.439	54.455	320.584	168.888
8		59.020	44.976	63.717	364.385	196.672
9		59.269	52.407	74.243	414.171	228.252
10		59.552	60.853	86.208	511.345	304.732
TASA INTERNA DE RETORNO						71%
VALOR ACTUAL NETO AL	10,00%					685.076
RELACION BENEFICIO COSTO						4,07

# ESTUDIO FINANCIERO

## TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

	FLUJO EFECTIVO	VALOR PROYECTO	TOTAL	TOTAL -1	TOTAL -1 x 12 meses
	57073	110859			
	70585				
TOTAL	127658	110859	1,15	0,15	1,82

RECUPERACIÓN EN: **1 AÑO 2 MESES**

# ESTADO DE BALANCE AÑO 1

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	37.199	PORCION CTE.L.PLAZO	12.845
OTROS DISPONIBLES	18.600	D. C. PLAZO	-
<b>TOTAL CIRCULANTE</b>	<b>55.799</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>12.845</b>
<b>FIJO</b>			
TERRENO	25.000		
OBRAS CIVILES	45.000		
EQUIPOS	11.965		
HERRAMIENTAS E IMPLEMENTOS	4.433		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	-		
VEHICULOS	7.000		
EQUIPOS DE COMPUTACION	649		
		<b>TOTAL PASIVO L.PLAZO</b>	<b>62.198</b>
TOTAL ACTIVO FIJO	<b>94.047</b>	DEUDA L. PLAZO	62.198
DEPRECIACION ACUMULADA	(5.522)		
<b>ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>88.525</b>	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>OTROS ACTIVOS</b>		CAPITAL	39.926
INVERSION PUBLICITARIA	1.800		
GASTOS DE CONSTITUCION	-		
OTROS COSTOS PREINV.	4.830	UTIL. DEL EJERCICIO	51.562
AMORTIZACION ACUMULADA	(1.326)		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>5.304</b>		
		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	91.488
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>149.627</b>	<b>TOTAL PAS. CAP.</b>	<b>166.532</b>

# ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1

GASTOS NOMINA	51.536	INGRESOS POR VTAS	148.671
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.957	COSTO DE VENTAS	-
GASTOS FINANCIEROS	4.705		
DEPRECIACIONES	5.522		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	-		
OTROS GASTOS	743		
AMORTIZACIONES	1.326		
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>67.789</b>		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	80.882		
15% PARTICIPACION TRAB.	(12.132)		
UTILIDAD DESPUES DE PART	68.750		
IMPUESTO RENTA	(17.187)		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	51.562		
<b>TOTAL</b>	<b>148.671</b>	<b>TOTAL</b>	<b>148.671</b>

# CONCLUSIONES

- Se determinó que es factible la implementación un Restaurante Temático de Comida Típica de Costa y de Sierra en la Ciudad de Latacunga, ya que por medio de la investigación de mercado realizado a la población de la Provincia de Cotopaxi se notó que tendría una buena acogida, como lo muestra la tabla N° 45 Proyección en Ventas.
- Se recopiló información para dar a conocer lo que son los restaurantes temáticos en el país y alrededor del mundo.

# CONCLUSIONES

- Luego de realizar un estudio de mercado se estableció que sí se cuenta con la acogida por parte de la población de consumidores, ya que según la encuesta realizada se observó que al 96% de las personas encuestadas le gusta la comida típica ecuatoriana.
- Luego de realizar el estudio técnico del proyecto se estableció que si es viable la apertura de un restaurante temático en la ciudad de Latacunga, porque en el área de construcción e implementación del restaurante contamos con todos los elementos para desarrollarlo de la mejor manera.



# CONCLUSIONES

- Se pudo determinar la estructura organizacional y las directrices de la Empresa que guiarán nuestro restaurante temático en la ciudad de Latacunga.
- De acuerdo al análisis financiero, la recuperación de la inversión se lo realizará en un plazo de 1 año 2 meses, calculado en la tabla N° 51 Tiempo de Recuperación de la Inversión.

# RECOMENDACIONES

- Para tener una buena acogida dentro de la población y por ende unas buenas ventas, se debe tomar en consideración la calidad del alimento y satisfacción del cliente en el servicio.
- Al realizar la encuesta tomar en cuenta que el número de personas encuestadas sea significativa para que la muestra sea lo más cercano a la realidad.
- Analizar la ubicación en la que se piensa realizar la construcción ya que el entorno y las facilidades para los clientes juegan un papel preponderante en el éxito del proyecto.

# RECOMENDACIONES

- Tomar en consideración al momento de contratar al personal los respectivos perfiles del cargo que fueron diseñados para cada plaza. Y al personal contratado dictarle una charla introductoria para darles a conocer las Directrices de la Empresa.
- Mantener siempre en cuenta que las Ventas determinarán el éxito o fracaso de cualquier negocio.

# GRACIAS POR LA ATENCIÓN

