UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
SEDE VIÑA DEL MAR - JOSÉ MIGUEL CARRERA

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE GOURMET CHILENO - PERUANO, EN LA COMUNA DE PEÑAFLOR.

Trabajo de Titulación para optar al Título Profesional de Ingeniero de Ejecución en GESTIÓN INDUSTRIAL

Alumno:

Alejandro Alberto Díaz Silva

Profesor Guía:

Sr. Cristian Ahumada

2023

RESUMEN

KEYWORDS: CREACIÓN DE UN RESTAURANTE GOURMET CHILENO - PERUANO, EN LA COMUNA DE PEÑAFLOR

El presente proyecto corresponde a un estudio de prefactibilidad para la implementación de un restaurante gourmet fusión chileno-peruano en la comuna de Peñaflor, Región Metropolitana de Chile. La idea nace al detectar una demanda insatisfecha de propuestas gastronómicas gourmet e innovadoras en la zona, junto con la consolidación de Peñaflor como sector residencial de nivel socioeconómico medio-alto.

Para llevar a cabo la investigación, se considerarán factores como el aumento de la demanda por comida gourmet, la baja oferta en la zona, la necesidad de ofrecer experiencias gastronómicas únicas y memorables, así como el impacto económico, social, político, ambiental y tecnológico. que el proyecto podría generar en la zona. Se realizó una encuesta basada en un muestreo probabilístico para determinar la demanda objetiva de un restaurante en la comuna de Peñaflor, proyectando un aumento en la población y estimando la demanda esperada para el restaurante.

Se plantea realizar un análisis de viabilidad del proyecto, incluyendo la evaluación económica en cuatro escenarios: proyecto puro o sin deuda, proyecto con deuda del 15%, deuda de 50% y 75%, por medio de los indicadores VAN, TIR y PRI, con un horizonte temporal de 5 años y una inversión inicial de $354.546.752 equivalente a 9.800 UF lo que incluye la estimación de los costos de construcción y equipamiento, los costos operativos mensuales, así como los ingresos proyectados basados en el precio promedio de los platos y el número esperado de clientes.

La información arrojada en las cuatro evaluaciones económicas da como resultado positividad en todos los escenarios, sin embargo, se destaca el que asume deuda del 75%, si bien el VAN es menor que el escenario con 25% deuda, la TIR y PIR son mejores que el resto.

Financiamiento	Valor VAN UF	Valor TIR	PRI
Propio	4125,0	26,6%	5 año
del 25%	5658,9	32,0%	5 años
del 50%	4962,6	33,1%	4 años
del 75%	5045,8	39,1%	4 años

Además, se evaluarán los aspectos legales y regulatorios que deben cumplirse para establecer y operar un restaurante en la comuna de Peñaflor. Esto incluye la obtención de las licencias necesarias, el cumplimiento de las normas sanitarias y de seguridad, así como la contratación de personal calificado.

El resultado del estudio técnico-económico de prefactibilidad muestra la sustentación numérica y cualitativa de este innovador concepto gastronómico gourmet en la comuna de Peñaflor.

KEYWORDS

- Comida gourmet: Se refiere a platos y preparaciones de alta calidad, elaborados con ingredientes selectos y presentados de manera sofisticada.
- Fusión culinaria: Es la combinación de elementos y técnicas de diferentes tradiciones culinarias, en este caso, la fusión de la gastronomía chilena y peruana.
- Restaurante chileno-peruano: Un establecimiento que ofrece platos y sabores representativos de ambas culturas culinarias, con influencias y combinaciones de ingredientes y técnicas de ambas tradiciones.
- Gastronomía chilena: Los platos tradicionales y sabores característicos de la cocina chilena, como empanadas, cazuelas, mariscos y vinos.
- Gastronomía peruana: Los platos tradicionales y sabores característicos de la cocina peruana, como ceviche, anticuchos, causa y pisco.
- Experiencia culinaria: Se refiere a la experiencia completa que los comensales tendrán al visitar el restaurante, incluyendo la calidad de la comida, el servicio, el ambiente y la presentación de los platos.
- Análisis de costos: La evaluación de los gastos necesarios para establecer y operar el restaurante, como el alquiler del local, la compra de equipos, los salarios del personal y los costos de los ingredientes.
- Proyección de ingresos: La estimación de los ingresos esperados del restaurante, considerando factores como el precio promedio de los platos, la capacidad del local y la demanda del mercado.
- Rentabilidad: La evaluación de la capacidad del restaurante para generar ganancias y recuperar la inversión inicial, teniendo en cuenta los costos y los ingresos proyectados.
- Viabilidad económica: La evaluación general de la factibilidad financiera del proyecto, considerando tanto los aspectos de costos como los ingresos proyectados.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN 2
1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN 3
1.1 DIAGNÓSTICO 3
1.1.1 Antecedentes generales y específicos del proyecto 3
1.1.2 Objetivos del proyecto 4
1.1.3 Antecedentes Generales del Proyecto 5
1.1.4 Antecedentes Específicos del Proyecto 6
1.1.5 Contexto de desarrollo del proyecto 6
1.1.6 Tamaño del proyecto 7
1.1.7 Impactos relacionados con el proyecto 9
1.2 METODOLOGÍA 11
1.2.1 Definición de situación sin proyecto 11
1.2.2 Definición de situación con proyecto 11
1.2.3 Método para medición de beneficios y costos 12
1.2.4 Indicadores económicos 13
1.2.5 Estructura de evaluación del proyecto 16
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO 17
2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO 18
2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO 19
2.2 ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA 19
2.2.1 Investigación de mercado 20
2.2.2 Estimación de la demanda futura 30
2.3 VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA 32
2.4 ANÁLISIS DE LA OFEERTA ACTUAL Y FUTURA 33
2.5 COMPORTAMIENTO DEL MERCADO 35
2.6 DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIOS Y PROYECCIONES 37
2.7 ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN 40

2.8 ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN 45
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA 46
3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA 47
3.1 DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS. 47
3.1.1 Designación de valores 50
3.2 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO 50
3.3 SELECCIÓN DE EQUIPOS 52
3.3.1 Equipos básicos de cocina. 53
3.3.2 Equipo menor, mobiliario, equipo adicional y de aseo. 56
3.4 LAY OUT 61
3.4.1 Distribución y diseño de las instalaciones. 62
3.5 DETERMINACIÓN DE LOS INSUMOS Y PRODUCTOS. 63
3.5.1 Insumos de aseo 63
3.5.2 Insumos para la producción (comida y bebestible) 64
3.5.3 Insumos de oficina 64
3.6 FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO 68
3.6.1 Aumento de la demanda. 68
3.6.2 Disminución de la demanda. 69
3.7 CONSUMO DE ENERGÍA Y SERVICIOS. 70
3.7.1 Electricidad 70
3.7.2 Gas 70
3.7.3 Consumo de agua potable. 71
3.7.4 Otros servicios 71
3.8 PERSONAL PARA CONTRATAR. 72
3.9 INVERSIONES EN EQUIPOS Y EDIFICACIONES. 77
3.9.1 Inversión en equipos. 77
3.9.2 Inversión en edificación. 78
3.10 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO. 79
3.11 COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA. 80

3.12 COSTOS DE IMPREVISTOS 80
3.13 INVERSIÓN TOTAL 81
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL..... 82
4.1 ADMINISTRATIVA.....83
4.1.1 Personal 83
4.1.2 Estructura organizacional 84
4.1.3 Software de administración. 85
4.1.4 Personal administrativo. 86
4.2 LEGAL.....86
4.2.1 Marco legal vigente nacional 86
4.2.2 Legislación importante del proyecto. 88
4.2.3 Incentivos 88
4.2.4 Aspectos laborales 88
4.3 SOCIETARIA. 89
4.3.1 Estructura societaria 89
4.3.2 Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria 89
4.4 TRIBUTARIA 90
4.4.1 Sistema tributario 90
4.4.2 Mecanismo de determinación de impuesto 90
4.5 FINANCIERA 91
4.5.1 Fuentes de financiamiento 91
4.5.2 Inversionistas 92
4.5.3 Instituciones crediticias 92
4.5.4 Costos de financiamiento. 92
4.6 AMBIENTAL.....93
4.6.1 Impacto medio ambiente.....93
CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA..... 94
5. EVALUACIÓN ECONÓMICA..... 95

5.1 CONSIDERACIONES PARA UTILIZAR 95
5.1.1 Horizonte del proyecto 95
5.1.2 Tasa de Descuento 95
5.1.3 Moneda a utilizar 99
5.1.4 Impuestos 99
5.1.5 Valor residual 100
5.1.6 Depreciaciones 100
5.1.7 Ingresos 102
5.1.8 Egresos 104
5.1.9 Amortización 105
5.2 PROYECTO PURO 107
5.2.1 Resultados del flujo de caja proyecto sin deuda 108
5.3 PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO 109
5.3.1 Proyecto con deuda del 15% 110
5.3.2 Proyecto con deuda del 50% 111
5.3.3 Proyecto con financiamiento externo de 75% 113
5.4 RESUMEN DE INDICADORES ECONÓMICOS Y RENTABILIDAD 115
5.5 SENSIBILIZACIONES 116
5.5.1 Sensibilización al precio de consumo promedio por cliente 116
5.5.2 Sensibilización de los costos 118
CONCLUSIONES 120
BIBLIOGRAFÍA 122
ANEXOS 123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fórmula del VAN 13
Figura 2. Fórmula TIR 14
Figura 3. Fórmula IVAN 15
Figura 4. Fórmula PRI 15
Figura 5. Fórmula muestreo probabilístico. 20
Figura 6. Mapa macro localización Peñaflor 41
Figura 7. Mapa micro localización del local. 42
Figura 8. Foto del local. 43
Figura 9. Foto del local. 44
Figura 10. Foto del local. 44
Figura 11. Diagrama de proceso. 51
Figura 12. Layout restaurante. 62
Figura 13. Estructura organizacional del tipo piramidal. 85
Figura 14. Impuesto renta Primera categoría. 99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro 1.2 Indicador VAN 13
Tabla 2. Cuadro 1.4. Indicador TIR 14
Tabla 3. Cuadro 2.2. Población de Peñaflor por grupos de Edad Censo 2017 21
Tabla 4. Cuadro 2.3. Preguntas de la encuesta. 22
Tabla 5. Cuadro 2.18. Proyección de crecimiento post Censo 2017 Peñaflor 31
Tabla 6. Cuadro 2.19. Demanda esperada y proyectada a cinco años, comuna de Peñaflor 31
Tabla 7. Cuadro 2.24. Proyección precio promedio del menú 39
Tabla 8. Cuadro 3.1. Moneda a utilizar en el proyecto. 50
Tabla 9. Cuadro 3.2. Selección de Cocina industrial. 53
Tabla 10. Cuadro 3.3. Selección de Campana extractora para ventilación. 54
Tabla 11. Cuadro 3.4. Selección de Freidora comercial. 54
Tabla 12. Cuadro 3.5. Selección de Horno convección para cocción uniforme. 55

Tabla 13. Cuadro 3.6. Selección de Cámaras de refrigeración. 56
Tabla 14. Cuadro 3.7. Inversión en equipos. 60
Tabla 15. Cuadro 3.9. Gastos en Insumos mensuales para producción de menú. 66
Tabla 16. Cuadro 3.10. Gastos en Insumos mensuales aseo y oficina. 67
Tabla 17. Cuadro 3.11. Resumen de gastos operación. 67
Tabla 18. Cuadro 3.12. Resumen Servicios básicos (mensual). 71
Tabla 19. Cuadro 3.13. Perfiles y sueldo. 74
Tabla 20. Cuadro 3.14. Detalle personal y sus remuneraciones. 75
Tabla 21. Cuadro 3.15. Gasto total mensual en remuneraciones. 76
Tabla 22. Cuadro 3.16. Inversión en equipos. 77
Tabla 23. Cuadro 3.17. Gastos Capital de trabajo. 79
Tabla 24. Cuadro 3.18. Costos puesta en marcha. 80
Tabla 25. Cuadro 3.19. Costos de imprevistos. 80
Tabla 26. Cuadro 3.20. Inversión total. 81
Tabla 27. Cuadro 4.3. Gasto estructura societaria. 89
Tabla 28. Cuadro 5.1. Beta sector Restaurante (EE. UU.). 96
Tabla 29. Cuadro 5.2. Tasa libre de riesgo. 97
Tabla 30. Cuadro 5.3. Tasa Rentabilidad del mercado. 97
Tabla 31. Cuadro 5.4. Prima por riesgo. 98
Tabla 32. Cuadro 5.6. Valor residual de activos. 100
Tabla 33. Cuadro 5.7. Vida útil de activos. 101
Tabla 34. Cuadro 5.8. Depreciación de activos. 101
Tabla 35. Cuadro 5.9. Ingresos escenario perfecto. 103
Tabla 36. Cuadro 5.10. Ingresos escenario conservador. 103
Tabla 37. Cuadro 5.11. Proyección de ingreso. 104
Tabla 38. Cuadro 5.12. Proyección de egresos. 105
Tabla 39. Cuadro 5.13. Inversión inicial. 105
Tabla 40. Cuadro 5.14. Amortización deuda 25%. 106
Tabla 41. Cuadro 5.15. Amortización deuda 50%. 106

Tabla 42. Cuadro 5.16. Amortización deuda 75%. 106
Tabla 43. Cuadro 5.17. Flujo de caja, proyecto puro.....108
Tabla 44. Cuadro 5.18. Indicadores flujo de caja, sin deuda externa. 108
Tabla 45. Cuadro 5.18. Flujo de caja, deuda 25%.....110
Tabla 46. Tabla 5.19. Indicadores flujo de caja, con deuda externa 25%. 111
Tabla 47. Cuadro 5.20. Flujo de caja, deuda 50%.....112
Tabla 48. Cuadro 5.21. Indicadores flujo de caja, con deuda externa 50%. 112
Tabla 49. Cuadro 5.22. Flujo de caja, deuda 75%.....114
Tabla 50. Cuadro 5.23. Indicadores flujo de caja, con deuda externa 75%. 114
Tabla 51. Cuadro 5.24. Indicadores económicos.....115
Tabla 52. Cuadro 5.25. Sensibilización de los ingresos con deuda del 75%.....116
Tabla 53. Cuadro 5.27. Sensibilización de los costos.....118

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ilustración 2.4. Pregunta ¿Conoce algún Restaurante en Peñaflor? 23
Gráfico 2. Ilustración 2.5. Pregunta: ¿Qué tipo de gastronomía dispone el restaurante que conoce? 23
Gráfico 3. Ilustración 2.6. Pregunta: ¿usted asiste a restaurantes?.....24
Gráfico 4. Ilustración 2.7. Pregunta: ¿a qué tipo de restaurante asiste?.....24
Gráfico 5. Ilustración 2.8. Pregunta: ¿Por qué no asiste a restaurantes? 25
Gráfico 6. Ilustración 2.9. Pregunta: ¿Con que frecuencia asiste a restaurantes?.....26
Gráfico 7. Ilustración 2.10. Pregunta: ¿Conoce algún restaurante chileno – peruano? 26
Gráfico 8. Ilustración 2.11. Pregunta: ¿Si hay un restaurante Chileno - Peruano en la comuna, usted asistiría?.....27
Gráfico 9. Ilustración 2.12. Pregunta: ¿En qué se fija para ir a un restaurante?.....27
Gráfico 10. Ilustración 2.13. Pregunta: ¿Estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet?.....28
Gráfico 11. Ilustración 2.14. Pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet?.....28
Gráfico 12. Ilustración 2.15. Pregunta: ¿Por qué no pagaría por un menú gourmet?.....29
Gráfico 13. Ilustración 2.16. Pregunta: ¿Cree usted que un restaurante Chileno - Peruano,

ayudaría a la economía local? 29

Gráfico 14. Ilustración 2.17. Pregunta: ¿Cree usted que un restaurante Chileno - Peruano en la comuna, ayudaría al turismo de la zona? 30

Gráfico 15. Ilustración 2.20. Pregunta ¿Por qué no asiste a restaurantes? 33

Gráfico 16. Ilustración 2.21. Pregunta ¿A qué tipo de restaurante asiste? 34

Gráfico 17. Ilustración 2.22. Pregunta ¿Si hay un restaurante Chileno - Peruano en la comuna, usted asistiría? 34

Gráfico 18. Ilustración 2.23. Pregunta: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un menú gourmet? 38

Gráfico 19. Ilustración 5.26. Sensibilización de los ingresos. 117

Gráfico 20. Ilustración 5.28. Sensibilización de los costos 118

INTRODUCCIÓN

En un mundo de constantes cambios y evolución, la industria de los restoranes se ha transformado y destacado como un pilar fundamental en la economía de un país, región o comuna, siendo un reflejo de la cultura y la sociabilización propia del lugar. La gastronomía es un arte que trasciende barreras geográficas y culturales. En el cruce de dos tradiciones culinarias excepcionales, Chile y Perú, encontramos un escenario único para la creación de un restaurante gourmet que celebre la riqueza de sabores y técnicas de ambas naciones. El propósito de este estudio de prefactibilidad es explorar la posibilidad de establecer un restaurante con estas características en la comuna de Peñaflor, Chile.

El presente trabajo de título se adentra en el apasionante mundo de la instalación de un restaurante gourmet, explorando los aspectos clave que conlleva la planificación, diseño y ejecución de un proyecto gastronómico exitoso. Desde la elección del concepto y la ubicación hasta la puesta en marcha y la operación cotidiana, cada fase de este proceso desempeña un papel fundamental en la determinación del impacto y la viabilidad del establecimiento.

Chile y Perú son países con historias culinarias ricas y diversas, con ingredientes autóctonos que han conquistado paladares en todo el mundo. La fusión de estas dos cocinas promete ofrecer a los comensales una experiencia gastronómica única, repleta de sabores, aromas y texturas que capturan la esencia de ambas culturas.

Peñaflor, ofrece un entorno propicio para la creación de un restaurante gourmet que combina lo mejor de la cocina chilena y peruana. Su proximidad a comunas como Padre Hurtado, Talagante, Melipilla y a la capital, Santiago, además de su crecimiento económico sostenido en los últimos años, la convierten en un lugar atractivo para la inversión en la industria gastronómica.

En este estudio de prefactibilidad se examinarán diversos aspectos cruciales para determinar la viabilidad del proyecto, como el mercado objetivo, la competencia, los costos involucrados, la ubicación adecuada, entre otros, lo que permitirá determinar la demanda de los consumidores.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1.1 DIAGNÓSTICO

Para llevar a cabo el proyecto, se hace necesario el análisis de la situación actual del mundo gourmet en el lugar y las principales razones que impulsan a la creación de esta nueva idea, para ello se proporcionaran antecedentes generales y específicos, tales como estudios de mercado, su desarrollo y los resultados obtenidos esto dará un marco completo para la planificación y la instalación del restaurante.

1.1.1 Antecedentes generales y específicos del proyecto

El termino gourmet tiene su origen del idioma francés y se basa en una majestuosa gastronomía, desde la preparación de los platos, presentación y la calidad de los productos. Chefs especializados postean en diferente blog, la relevancia y posicionamiento que ha adquirido este tipo de cocina con el paso del tiempo. (Oleico, 2021).

Hoy en día la cocina gourmet ha traspasado fronteras convirtiéndose en un fenómeno mundial. A diferencia de la cocina tradicional la que se enfoca en platos simples y familiares, la cocina gourmet utiliza ingredientes y técnicas culinarias que no son tan comunes lo que la hace exclusiva y sofisticada. (VivoodMagazine, 2023).

Si bien durante la pandemia se posicionó la compra de alimentos por medio del delivery, potenciando el consumo de comidas rápidas, típicas o caseras, sin embargo, la post pandemia generó en las personas la necesidad de disfrutar de aquello que no hicieron antes y durante la pandemia, es por ello por lo que el tener una oferta única como es lo gourmet, logra que el restaurante se diferencie de los demás y le de identidad, esto permite captar mayor valor por parte del cliente. (Horeca, 2023).

Por lo anterior, un restaurante gourmet se conoce también como restaurant de alta cocina, es un lugar que se especializa en ofrecer experiencias culinarias de alta calidad y sofisticación. De acuerdo con la investigación, la mayoría de los restaurantes gourmet se encuentran en Santiago de Chile, en las comunas de El Golf, Vitacura, Las Condes sin mezclar culturas, por tal razón es que

este proyecto presenta la idea de fusionar lo mejor de la comida chilena y peruana, ubicándose en una zona distante de donde están establecidos los actuales restaurantes.

En la actualidad existen restoranes tanto de comida típica Chilena, como Peruana, los que buscan satisfacer los paladares de los Chilenos, pero de manera separada, ambos son altamente demandados, sin embargo, este proyecto busca complacer a los comensales disfrutando de ambos países en un mismo lugar y plato, cumpliendo con la seguridad alimentaria, en un contexto sostenible, de reciclaje, de eficiencia energética y abriéndose a las nuevas tecnologías tanto de operación como de administración.

Este restaurante se distinguirá por varios aspectos claves, como, por ejemplo: calidad en los ingredientes, técnicas culinarias avanzadas, presentación elegante, menú variado y creativo, atención personalizada, ambiente elegante y precios, que si bien, serán más elevados que el resto de los ofertantes, al dar cumplimiento a cabalidad a los aspectos claves, traerán consigo la fidelización de los clientes.

La orientación de este proyecto está dirigida a la creación de un restaurante en la comuna de Peñaflor, Región Metropolitana, Chile. En este se prestará el servicio de atención al público, ofreciendo variadas opciones de bebestibles y una carta gourmet chileno - peruana.

Otro de los puntos atractivos del proyecto es que se piensa obtener los insumos necesarios para la operación desde las pymes y pequeños productores de la comuna y sus alrededores, para así potenciar el comercio local y generar al mismo tiempo un ingreso económico para nuestros proveedores locales.

1.1.2 Objetivos del proyecto

- **Objetivo general del proyecto**

El objetivo principal del proyecto es desarrollar una prefactibilidad técnica y económica para la creación de un restaurante gourmet chileno – peruano en la comuna de Peñaflor.

- **Objetivos específicos del proyecto**

✓ Ofrecer el servicio de comida gourmet fusionando la cultura culinaria chileno - peruana.

✓ Determinar la localización y tamaño del local.

✓ Identificar los recursos técnicos para la viabilidad del proyecto.

✓ Analizar el mercado de restaurantes gourmet en la zona.

✓ Demostrar la viabilidad del proyecto en los distintos estudios.

1.1.3 Antecedentes Generales del Proyecto

El proyecto consiste en la implementación de un restaurant de alta cocina fusión chileno-peruana en la comuna de Peñaflor, Región Metropolitana. Se ha detectado una creciente demanda en el sector por restaurantes gourmet que ofrezcan propuestas gastronómicas innovadoras y de calidad.

Peñaflor es una comuna que ha experimentado un importante crecimiento poblacional y económico en los últimos años. Cuenta con un nivel socioeconómico medio-alto y una ubicación estratégica cercana a las principales autopistas y centros urbanos de la capital. Esto la convierte en un lugar atractivo para el desarrollo de nuevos proyectos gastronómicos.

El restaurant fusionará ingredientes, sabores y técnicas tanto de la cocina chilena como peruana. La carta se diseñará en base a los principales platos representativos de ambas gastronomías. Se utilizarán ingredientes frescos y de temporada, con opciones aptas para distintos gustos y preferencias alimenticias. La comuna de Peñaflor y sus alrededores, cuenta con proveedores locales en cuanto a agricultura, ganadería, vinoteca y productos del mar.

El establecimiento tendrá una capacidad proyectada de 80 personas, distribuidas en un salón principal y una terraza exterior. La decoración transmitirá calidez y sofisticación, resaltando elementos de ambas culturas en los detalles arquitectónicos y de ornamentación.

No hay que desconocer que la implementación de este proyecto se basa en los siguientes puntos:

- Aumento de la demanda por parte de los ciudadanos en locales de comida gourmet.
- Baja oferta en cuanto a comida gourmet, específicamente fusión chileno - peruana.

1.1.4 Antecedentes Específicos del Proyecto

Los antecedentes específicos detallados y contextualizados de la propuesta son los que siguen:

- El local estará ubicado en el sector de Malloco, sobre la Avenida Peñaflor, una de las principales arterias comerciales y de conexión con las comunas aledañas y contará con estacionamiento propio para 25 vehículos.
- La carta se desarrollará en base a recetas tradicionales de la gastronomía chilena y peruana, rescatando ingredientes locales de cada zona como ajíes, maíz, quinua, mariscos, trigo, entre otros.
- Se establecerán alianzas con proveedores locales y especializados para conseguir insumos frescos y de alta calidad. Por ejemplo, con el Mercado Central de Santiago para pescados y mariscos frescos, y mercados limeños para productos peruanos importados.
- El servicio se enfocará en brindar una atención personalizada y cálida. El personal será capacitado sobre la historia e ingredientes de cada plato para orientar al comensal.
- La ambientación interior se inspirará en los colores y texturas de los campos y costas de Chile y Perú. Se usarán telares mapuches, cerámicas precolombinas y maderas nativas en la decoración.
- Se implementará un huerto orgánico en la terraza para cultivar hierbas aromáticas que se usarán diariamente en la cocina. Esto aportará en la experiencia sustentable del lugar.
- Se desarrollará una estrategia en redes sociales para atraer al segmento joven de la comuna y sus alrededores, interesados en propuestas gourmet con identidad local.

1.1.5 Contexto de desarrollo del proyecto

A continuación, se presenta propuesta de contexto y aspectos centrales del proyecto.

- **Contexto**:

  El proyecto se desarrolla en la comuna de Peñaflor, la que ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, convirtiéndose en una comuna residencial de nivel socioeconómico medio-alto, con ingresos promedio de $650.000 mensuales y cuenta con 82.522 habitantes según el Censo 2017, en su mayoría profesionales y ejecutivos que trabajan en Santiago.

Peñaflor se han consolidado como una atractiva zona residencial y de inversiones inmobiliarias, con el desarrollo de centros comerciales, restaurantes y áreas verdes lo que ha potenciado el rubro del entretenimiento y la gastronomía en Peñaflor.

- **Aspectos centrales del contexto**:
  - Alcance: El proyecto tiene un alcance comunal y sus alrededores, apuntando a posicionarse como una propuesta gastronómica gourmet de referencia en Peñaflor.
  - Entorno: Está marcado por el desarrollo inmobiliario y comercial que ha experimentado Peñaflor, con creciente oferta de restaurantes, centros comerciales y áreas de esparcimiento.
  - Fase: Peñaflor se encuentra en una fase de crecimiento y consolidación como polo de desarrollo, con demanda por propuestas innovadoras de entretenimiento y gastronomía.
  - Procesos de decisión: Las decisiones clave del proyecto se centran en la ubicación del local, desarrollo de la propuesta gastronómica, inversión y equipamiento.
  - Partes interesadas: Principalmente los residentes de Peñaflor, tanto locales como nuevos residentes que se han mudado a la comuna, además de visitantes de comunas aledañas y turistas de paso.

1.1.6 Tamaño del proyecto

De acuerdo con el libro de Nassir Sapag, a continuación, se presenta un análisis de las principales variables a considerar para determinar el tamaño del proyecto de restaurante gourmet chileno - peruano en Peñaflor:

- Disponibilidad de capital: la inversión inicial requerida aproximada es de $354.546.752 y el financiamiento se evaluará de la siguiente manera:
  - Capital propio.
  - 75% capital propio y 25% deuda externa.
  - 50% capital propio y 50% crédito.
  - 25% capital y 75% crédito.

La mejor alternativa en cuanto a costos será considerada a modo de endeudamiento.

- Inversión en equipos: se considera una inversión de alrededor de $232.987.866 millones, 6.440 UF, en equipos de cocina, mobiliario, oficina y aseo, dicha cifra está considerada en el monto de inversión inicial.
- Mercado: la demanda potencial estimada es de 3.192 comensales mensuales en el primer año, esto se aumenta en 30% para los próximos cuatro años. Considerando que la capacidad inicial del local es para 80 personas, distribuidas en 20 mesas de cuatro cupos cada una, este cuenta con espacio para la demanda futura.
- Abastecimiento de insumos: el abastecimiento desde el Mercado Central de Santiago y productores locales permite asegurar stock de materias primas según nivel de demanda.
- Capacidad de administración: para la puesta en marcha del proyecto y considerando el tamaño de ésta, se deberá ajustar a la capacidad de gestión de un equipo de 14 personas, según estimaciones proyectadas.
- Economías de escala: al tener un mayor tamaño nos permite reducir los costos medios al distribuir los costos fijos entre más unidades producidas.
- Ubicación: se contará con un local de 600 m2 construidos, el cual albergará las instalaciones y flujo de clientes según tamaño proyectado.
- Mano de obra especializada: es clave contar con disponibilidad de chef y personal capacitado idealmente asentados en la comuna de Peñaflor.
- Sensibilización: el tamaño de 80 puestos maximiza la rentabilidad dentro de las restricciones de mercado, recursos, tecnología, inversión y capacidad administrativa.

Es importante mencionar que se visualiza el horizonte del proyecto en un periodo de 5 años dentro de los cuales se reevaluará su situación y evolución con el fin de verificar su viabilidad y decidir si se continúa trabajando en éste o si existen opciones de expansión.

De acuerdo con la información entregada por Servicio de Impuestos Internos (SII) de Chile, la clasificación de las empresas según su tamaño es la siguiente:

- Pequeña empresa: ventas anuales entre 2.401 y 25.000 UF.
- Mediana empresa: ventas anuales entre 25.001 y 100.000 UF.
- Gran empresa: ventas anuales superiores a 100.000 UF.

Por lo anterior, con un valor de UF de $36.178,24 pesos chilenos al 14 de septiembre de 2023, la clasificación de las empresas según el Servicio de Impuestos Internos (SII) de Chile queda de la siguiente manera:

- Pequeña: ventas entre $86.863.954 y $904.456.000
- Mediana: ventas entre $904.492.178 y $3.617.824.000
- Grande: ventas superiores a $3.617.824.000

El presente proyecto contempla una inversión inicial de 6.440 UF (al 14-09-2023) y se estima un ingreso promedio de $25.000 por persona y 12.516 asistentes anuales, lo que equivale a un total de $312.905.598 de ventas para el primer año, se considera un reajuste de 30% superior cada año de acuerdo con la proyección de crecimiento poblacional estipulado por el censo 2017 v/s población que asiste a restaurantes.

Lo anterior y de acuerdo con los rangos de ventas entregados por SII, nuestra empresa se sitúa en el de mediana empresa.

1.1.7 Impactos relacionados con el proyecto

La instalación de un restaurant gourmet en la comuna de Peñaflor puede traer varios impactos, entre los cuales se tiene:

- Impacto económico
  - Generación de al menos 14 nuevos empleos directos en la comuna, tanto en el área gastronómica como de servicio y administración, esto es con contrato indefinido, si se considera la contratación a honorarios, esto aumentaría a 20 nuevos empleos según demanda.
  - Incremento de la actividad comercial en la zona y contribución económica sobre otros locales de entretención y comercios aledaños.
  - Mayores ingresos fiscales para el municipio por concepto de patentes, permisos, impuestos, entre otros.

  - Beneficio económico para proveedores y productores locales de insumos, por la compra regular de materias primas e ingredientes para el restaurante.

- Impacto social
  - Ofrecer una nueva alternativa de entretenimiento y gastronomía gourmet para los residentes de Peñaflor, comunas aledañas y turistas de paso hacia la costa.
  - Promover la integración cultural al fusionar en la propuesta gastronómica platos representativos de la cocina peruana y chilena.
  - Difusión de ambas culturas y atracción de nuevos turistas internos interesados en la propuesta.

- Impacto político
  - Fortalecimiento de las relaciones bilaterales entre Chile y Perú a través de la diplomacia culinaria.
  - Atracción de autoridades, figuras políticas y delegaciones internacionales dada la exclusividad y origen de la propuesta gastronómica.

- Impacto ambiental
  - Generación de residuos orgánicos e inorgánicos propios del funcionamiento del restaurante.
  - Emisiones de olores desde la cocina y campana extractora.
  - Ruidos por la operación y los eventuales espectáculos en vivo que se realicen en el local.

- Impacto tecnológico:
  - Uso de software de reservas y atención de clientes para agilizar procesos (reservas online, QR en mesas, etc.).
  - Implementación de cocina sustentable con equipos de eficiencia energética y bajo consumo.
  - Automatización de procesos en la medida de lo posible.

El análisis de estos impactos nos permitirá potenciar los positivos e implementar medidas para mitigar potenciales efectos no deseados, buscando la sostenibilidad del proyecto.

1.2 METODOLOGÍA

La metodología de este proyecto se basará en el análisis de dos escenarios, el primero dice relación con el estudio de la situación si no existe proyecto y la segunda es con el proyecto activo, establecer los beneficios y luego realizar la comparación entre ambos.

Como ya se determinó que el servicio principal es el menú gourmet, se establecerán los índices que nos permitan medir los costos y beneficios, así como también determinar los indicadores que nos arrojarán resultados de viabilidad del proyecto.

1.2.1 Definición de situación sin proyecto

En la comuna de Peñaflor actualmente existen locales y restaurantes que ofrecen diferentes tipos de productos, con esto se logra satisfacer las necesidades de los clientes de manera tradicional, sin embargo, luego de la pandemia, las personas buscan una experiencia satisfactoria en los restaurantes, pero con un mayor énfasis en la seguridad, la salud, la comodidad, los comensales buscan experiencias gastronómicas únicas y memorables. Esto puede incluir menús degustación, maridajes de vinos, cenas temáticas y platos creativos que sorprendan y los deleiten.

De aquí nace la idea de instalar en esta comuna un restaurante gourmet, que cumpla con las demandas actuales del mercado de la gastronomía, esto será bastante atractivo e innovador, lo que generara un fuerte impacto en el lugar y sus alrededores.

1.2.2 Definición de situación con proyecto

Para que el restaurante genere competencia y perdure en el tiempo, es necesario que entregue productos y servicios con un sello distintivo y que permita diferenciarse de la competencia ya establecida en el lugar, la idea es que los clientes vivan un momento diferente y acogedor, que los incentive a regresar, ya sea solos, en pareja, con familia o amigos. No solo encontrarán insumos de consumo de alta calidad, sino que además se les otorgará un trato personalizado

atendiendo a las necesidades de cada cliente que llegue al lugar. Para cumplir con esto se requiere de:

- Variedad de platos gourmet, preparados con productos distribuidos por agricultores de la comuna y sus alrededores, el consumo lo podrán acompañar con vinos de la zona o coctelería propia del restaurant, sin descuidar la oferta de las bebidas más básicas.
- Precios acordes a los productos que se ofrecen, quizás serán un poco más elevados que la competencia, pero esto se mitigara con la atención personalizadas, la rapidez en la entrega de sus requerimientos, la frescura de los productos usados en la fabricación de cada plato y bebestible.

1.2.3 Método para medición de beneficios y costos

Todo proyecto para que sea viable, debe someterse al estudio costo – beneficio, este permitirá determinar cuan viable o valioso es el proyecto, en base a los costos que este aporta. Para ello se hace necesario:

- Establecer la base sobre la cual se determinará el costo de cada componente del proyecto (horas de trabajo, unidades producidas, materiales, etc.).
- Determinar los costos tangibles e intangibles del proyecto.
- Cálculo y proyección de los beneficios esperados.
- Cotejo entre costos y beneficios.
- Cuantificar del tiempo de amortización del proyecto.

El proyecto trabajará los indicadores económicos en base al flujo de caja en periodos anuales.

- **Beneficio económico**

El restaurante medirá su beneficio económico, en base a las ventas diarias producidas en el local.

- **Costos**

El local debe asumir indiscutiblemente dos tipos de costos:

- ✓ Inicialmente los costos de inversión.
- ✓ Luego los costos de la operación.

1.2.4 Indicadores económicos

Para poder llevar a cabo el estudio de este proyecto, se acudió a lo aprendido en los contenidos vistos en la asignatura de Evaluación de Proyectos, aquí se hizo énfasis en la viabilidad de un proyecto considerando los siguientes indicadores económicos:

VAN (Valor Actual Neto): Es un monto que resulta de actualizar todos los pagos o ingresos futuros a una tasa de descuento determinada restando la inversión inicial requerida, es decir, indica la rentabilidad en términos del excedente generado sobre la inversión inicial. Se calcula como la sumatoria de los flujos de caja proyectados menos la inversión inicial, descontados a una tasa de descuento determinada.

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Fuente: https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/

Figura 1. Fórmula del VAN

Donde:

- Ft: son los flujos de caja en cada periodo.
- Io: corresponde a la inversión inicial.
- *n*: es el número de periodos a calcular.
- K: es la tasa de descuento que se utilizara en el proyecto.

Tabla 1. Cuadro 1.2 Indicador VAN

VAN > 0	Proyecto viable (ganancia)
VAN < 0	Proyecto no viable (perdida)
VAN = 0	Proyecto indiferente

Fuente: Elaboración propia.

TIR (Tasa Interna de Retorno): La TIR es la tasa de descuento que iguala el valor actual de los flujos de salida de efectivo que se estima con el valor actual con los flujos de entrada de efectivo esperado; es decir, es aquella tasa que iguala los flujos ingresos y egresos provocando que el VAN = 0, este indicador mide la rentabilidad como porcentaje.

$$VAN = \sum_{t=1}^{n} \frac{V_F t}{(1+TIR)^t} - Io = 0$$

Fuente: https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/

Figura 2. Fórmula TIR

Donde:

- Vft: Flujo de dinero en el periodo “t”.
- Io: Inversión inicial.
- TIR: tasa interna de rentabilidad.
- n: número de periodos de tiempo.

Tabla 2. Cuadro 1.4. Indicador TIR

TIR > Tasa de descuento (costo de capital)	Proyecto viable (se acepta)
TIR < Tasa de descuento (costo de capital)	Proyecto no viable (rechazar)
TIR = Tasa de descuento (costo de capital)	Proyecto indiferente

Fuente: Elaboración propia.

IVAN (Índice de Valor Actual Neto): Este hace referencia entre la razón del VAN y de la inversión, es decir, muestra la ganancia expresada entre el VAN y la inversión inicial.

El IVAN representa el valor actual por peso invertido en el proyecto, es decir, mide cuántos pesos genera el proyecto por cada peso invertido, en términos descontados.

La fórmula es:

IVAN = VAN / Inversión inicial

$$IVAN = \frac{VAN}{I}$$

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Fórmula IVAN

Un IVAN mayor a 0 indica que el proyecto agrega valor, siendo recomendables aquellos proyectos con IVAN más alto. El IVAN nos ayudara a complementar el análisis del VAN, permitiendo comparar proyectos de distinto tamaño de inversión en base a la creación de valor relativo.

PRI (Período de Recuperación de la Inversión): De acuerdo con el libro "Preparación y Evaluación de Proyectos" de Nassir Sapag Chain, el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es el tiempo requerido para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

La fórmula para calcular el PRI es la siguiente:

PRI = Año anterior en que se recupera la inversión + (Inversión inicial - Valor acumulado de flujos de efectivo hasta el año anterior) / Flujos de efectivo del año en que se recupera la inversión

$$\text{PRI} = A + \left(\frac{b - C}{d}\right)$$

Fuente: https://steemit.com/spanish/@entredos/finanzas-conoce-cuando-recuperas-tu-inversion-aplicando-el-criterio-pri.

Figura 4. Fórmula PRI

Donde:

- (A) Año anterior: es el último año en que el valor acumulado de los flujos netos de efectivo es menor que la inversión inicial.
- (b) Inversión inicial: monto total invertido en el proyecto.
- (C) Valor acumulado de flujos: suma de los flujos de efectivo desde el año 0 hasta el año anterior.
- (d) Flujos del año de recuperación: flujos netos de efectivo del año en que se recupera la inversión.

El PRI es un indicador sencillo que permite anticipar en cuántos años se recuperará la inversión inicial, siendo preferibles plazos más cortos. Este proyecto tiene una proyección inicial de 5 años.

1.2.5. Estructura de evaluación del proyecto

Para la funcionalidad del proyecto, este se encuentra estructurado de la siguiente manera:

1. **Introducción**: Es la primera impresión del proyecto, por tanto, se presentará el tema o asunto que se tratará en el texto y además de proporcionar una visión general de lo que se discutirá a lo largo del mismo, se establecerán los objetivos y el alcance de estos.
2. **Diagnóstico**: Es una fase crucial que proporcionara la base para la planificación y ejecución exitosa del proyecto. Permite comprender plenamente la situación actual, identificar necesidades y oportunidades, y definir objetivos claros que orientarán todas las actividades posteriores.
3. **Metodología**: Es parte fundamental en la planificación de proyectos, ya que establece la estructura y el marco de trabajo que guiaran las actividades para determinar si el proyecto es viable o no, considerando los costos y beneficios de este.
4. **Estudio de Mercado**: Es la investigación y análisis que se lleva a cabo para conocer y comprender el entorno y la condiciones en las cuales estará inserto el restaurante gourmet. Este estudio permite recopilar información valiosa que ayuda a tomar la decisión de establecer o desarrollar el proyecto o evitar el riesgo de no ser bien recibido o aceptado por los consumidores.
5. **Evaluación económica y financiera:** El objetivo principal es determinar si el proyecto generara beneficios suficientes para justificar la inversión y cuan riesgoso es, esa evaluación implica análisis de flujos de efectivo, los costos, los ingresos y otros aspectos financieros del proyecto.
6. **Conclusiones y recomendaciones**: Sección final del informe del proyecto, aquí se resumen los hallazgos claves, cuáles fueron los resultados obtenidos, confirmación del objetivo, impacto y relevancia, recomendaciones y retroalimentación. Es la síntesis de todo el trabajo realizado y permite obtener una comprensión clara de los resultados y el impacto del proyecto.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

El presente proyecto consiste en la implementación de un restaurante gourmet fusión chileno-peruana en la comuna de Peñaflor, ubicada en la Región Metropolitana de Santiago.

El estudio de prefactibilidad de mercado tiene como objetivo estimar la demanda potencial del proyecto, analizar la competencia y definir un mercado objetivo al cual dirigir la propuesta gastronómica.

Peñaflor ha experimentado un importante crecimiento económico y poblacional en la última década, convirtiéndose en una atractiva zona residencial de nivel socioeconómico medio-alto. Esto indica que existe un nicho de clientes con alto potencial.

La oferta actual en la comuna está orientada mayoritariamente a restaurantes informales y de comida casual, la competencia directa en el rubro gastronómico gourmet es aún limitada. El sector gastronómico en la comuna ha evolucionado en los últimos años, existiendo actualmente una oferta de 12 restaurantes, de los cuales sólo un 2% corresponde a propuestas gourmet (Municipalidad de Peñaflor, 2022). Esto indica un amplio espacio para satisfacer una demanda insatisfecha en este segmento.

Según datos del Censo 2017, Peñaflor cuenta con 82.522 habitantes y un ingreso promedio de $650.000 pesos mensuales, correspondiente a un nivel socioeconómico medio-alto. Un 74% de la población son profesionales y técnicos, con edad promedio de 35 años. Considerando las preferencias y capacidad de gasto del segmento objetivo, se estima un ingreso promedio de $25.000 por persona y se proyecta una demanda mensual cercana a los 4.172 comensales.

Los antecedentes analizados sugieren desde el punto de vista del mercado, el proyecto presenta una oportunidad interesante en una zona de alto potencial económico y con demanda insatisfecha en el segmento gourmet fusión.

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El proyecto ofrecerá productos y servicios basado en un restaurante gourmet en Peñaflor, se caracterizará por la excelencia en la gastronomía, la atención al detalle y la experiencia culinaria de alta gama que ofrecerá a los comensales quienes buscan una experiencia culinaria excepcional en la ciudad de Peñaflor, Chile. El restaurant destacará por ofrecer experiencias gastronómicas excepcionales que combinan la preparación cuidadosa de platos elaborados con ingredientes frescos y de alta calidad, presentación artística de los alimentos y combinando dos países, Chile y Perú.

Hay que destacar además que la implementación del restaurant en Peñaflor, aparte de proporcionar una experiencia culinaria excepcional, promoverá la cultura gastronómica, aportará al desarrollo económico, fortalecimiento de los pequeños productores y agricultores locales, así como también se generará movimiento turístico hacia la comuna.

La decisión de instalar el restaurant gourmet en la comuna de Peñaflor, se da posterior al análisis de prefactibilidad del proyecto, para ello se realizó encuesta a 100 personas de Peñaflor, todos ellos mayores de 18 años. Los resultados de este estudio serán mostrados en desarrollo posterior.

2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

El análisis de la demanda actual y futura para un restaurante gourmet implica evaluar una serie de factores claves que pueden influir en la cantidad de clientes que visitarán el restaurante en el presente y en el futuro. En donde se entregará un servicio de calidad y excelencia en la atención y productos ofrecidos, para los habitantes de la comuna, turistas y sus alrededores. Destacando la ubicación en la cual se consideró que esta fuera de fácil acceso, con grandes espacios para cumplir a demás con un servicio recreacional. Respecto a la competencia, en el lugar existen dos restaurantes pero que no ofrecen productos gourmet.

De acuerdo con (Aaron, Allen, 2022) indica que las ventas de restaurantes en Chile superan los $4 mil millones con más de 15.500 restaurantes para el año 2022, destacándose Chile como el país con mejores ventas promedios por restaurante con ventas estimadas de $270 mil dólares por local, así mismo nuestro país posee una ventaja por sobre América latina dado que el mercado

de los restaurantes aún no se encuentra saturado, dado que Chile tiene 8 restaurantes por cada 10 mil habitantes, mientras que países como Perú y México pasan de los 70 restaurantes, Brasil suma 47 y Colombia 22.

El gasto promedio por consumidor en Chile es de casi $10 dólares por persona, el sector de restaurantes en Chile posee alta sofisticación y está compuesto mayoritariamente por cadenas de restaurantes las que no son competencia directa de este proyecto, entre las cadenas de restaurante más destacadas se encuentra Doggis, empresa nacional que cuenta con 150 restaurantes y su oferta de productos estrella es el Hot dogs, superando los $150 millones de dólares por año, otras cadenas importantes son Subway, Papa John´s.

En base a los antecedentes obtenidos, se ve que el mercado de los restaurantes es un mercado dinámico, que posee aún bastante espacio de crecimiento y de inserción, dada la apertura de restricciones post pandemia y al ingreso de turistas (5.5 millones de turistas al año), los que destinan buena parte de su presupuesto a la visita de restaurantes.

Pese al complejo escenario económico, la incertidumbre y la inestabilidad política, el Chileno promedio, es asiduo visitante de restaurantes, en especial donde existe ambiente familiar, atención personalizada y entrega de productos de calidad.

2.2.1 Investigación de mercado

Para determinar la demanda del mercado y ver la factibilidad del proyecto, se realizó encuesta en base al muestro probabilístico, el cual permite realizar estudios a un grupo pequeño de la población, los cuales tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

Para determinar la población a encuestar se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z_a^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

Fuente: (Gallego, 2004)

Figura 5. Fórmula muestreo probabilístico.

La interpretación de datos se da de la siguiente manera:

- **n**: Corresponde al número de la muestra.
- **N**: Corresponde al número de sujetos de la muestra (número de personas validas a encuestar).
- **Za**: Corresponde al parámetro de nivel de confianza que se va a utilizar respecto a la probabilidad de exactitud que serán admitidos como válidos.
- **p**: Corresponde a la probabilidad de que la muestra encuestada arroje resultados positivos. Cuando los valores no son conocidos, se utiliza como opción 0.5 dado que es lo más a fin para estos estudios.
- **q**: Corresponde a la probabilidad de fracaso (q=1-p)
- **d**: Corresponde a error muestral.

Para poder determinar el tamaño de la muestra en estudio respecto a la demanda objetiva del restaurante, se requiere contar con datos estadísticos de la población de la comuna donde se instalará el proyecto, (ver Tabla 3).

Tabla 3. Cuadro 2.2. Población de Peñaflor por grupos de Edad Censo 2017

Rango de edad	Censo 2017	Crecimiento 2021	% crecimiento 2021
0 a 14	19.912	21.714	21,15%
15 a 29	21.133	22.370	21,79%
30 a 44	18.808	23.825	23,21%
45 a 64	21.396	23.821	23,20%
65 o mas	8.952	10.937	10,65%
Total	**90.201**	**102.667**	**13,82%**

Fuente: Elaboración propia, datos reporte comunal

De acuerdo con los datos que muestra la tabla 3., para este proyecto, se ha establecido como mercado objetivo y dado que es un restaurante que busca atender a la familia en su conjunto, se considerara la población de Peñaflor en su totalidad (90.201 habitantes).

En virtud de los datos utilizados se obtuvo que la muestra fidedigna corresponde a un total de 94 personas a encuestar, por lo que se realizó la investigación sobre 100 sujetos, esta se llevó a cabo de manera presencial.

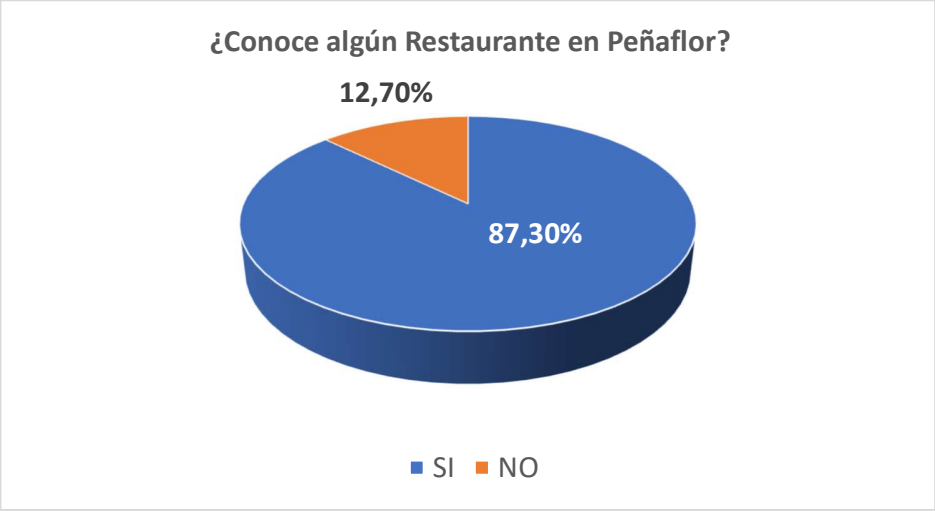
Tabla 4. Cuadro 2.3. Preguntas de la encuesta.

1	¿Conoce algún restaurant en Peñaflor?
2	Si respondió SI, ¿Qué tipo de gastronomía dispone el restaurant que conoce? (Chileno, Peruano, Italiano, Chino, Mexicano, otros)
3	¿Usted asiste a restaurantes?
4	Si respondió SI, ¿a qué tipo de restaurant asiste? (Chileno, Peruano, Italiano, Chino, Mexicano, otros)
5	Si respondió NO, ¿Por qué no asiste? (por precio, por tiempo, por tipo de gastronomía, por la lejanía, por la infraestructura, por recomendación)
6	¿Con que frecuencia asiste a restaurantes?
7	¿Conoce algún restaurant fusión Chileno – Peruano?
8	Si hay un restaurant Chileno – Peruano en la comuna de Peñaflor ¿asistiría?
9	¿En que se fija para ir a un restaurante? (precio, calidad, innovación, atención, infraestructura, tipo de gastronomía, cercanía, limpieza)
10	¿Estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet?
11	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet?
12	Si es NO, ¿Por qué no? (por precio, desconocimiento, por gusto, no le interesa)
13	¿Cree usted que un restaurant Chileno - Peruano en la comuna, ayudaría a la economía local?
14	¿Cree usted que un restaurant Chileno - Peruano en la comuna, ayudaría al turismo de la zona?

Fuente: Elaboración propia.

Resultados de la encuesta:

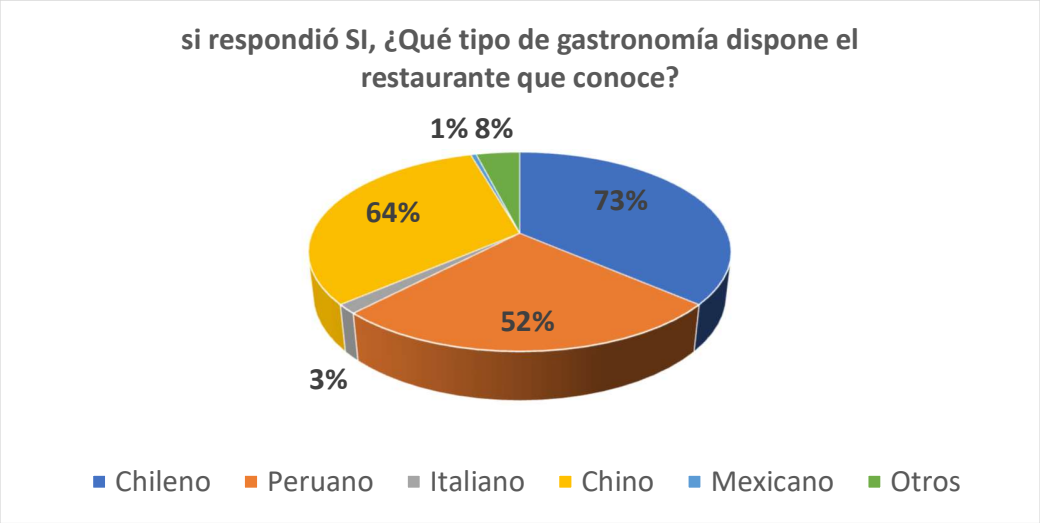
De acuerdo con la consulta inicial de, ¿conoce algún restaurante en Peñaflor?, (gráfico 1), se pudo determinar que el 87,30% del total de encuestados, responde de manera afirmativa ante la existencia de restaurantes en la comuna.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 1. Ilustración 2.4. Pregunta ¿Conoce algún Restaurante en Peñaflor?

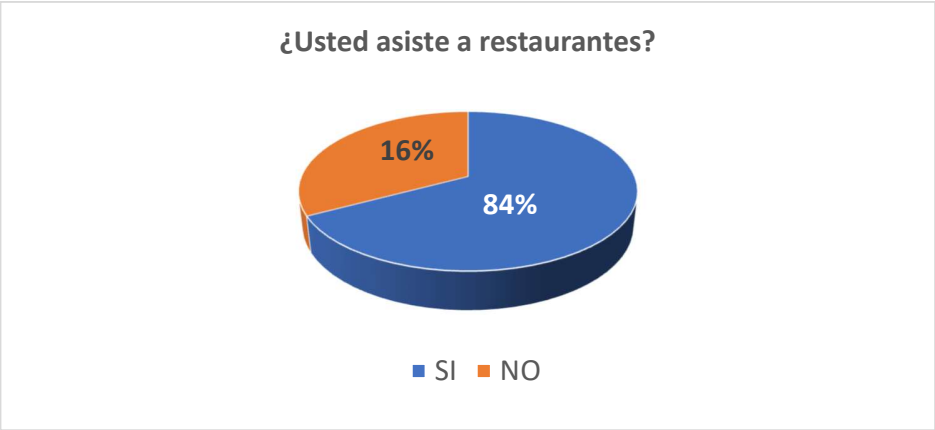
De acuerdo con la pregunta de: "si respondió SI, ¿Qué tipo de gastronomía dispone el restaurante que conoce? (grafico 2), podemos afirmar que: el 73% refiere conocer restaurantes de comida Chilena y un 52% la Peruana, es por ello por lo que creemos que existe un alto potencial de comensales con conocimientos en ambas gastronomías.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 2. Ilustración 2.5. Pregunta: ¿Qué tipo de gastronomía dispone el restaurante que conoce?

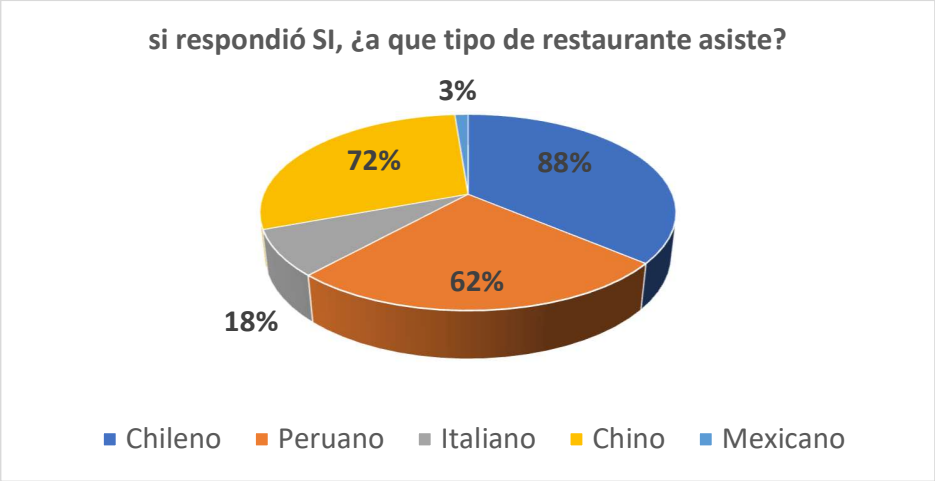
Resuelta la inquietud de conocimiento respecto al tipo de restaurantes que hay en Peñaflor y el tipo de gastronomía que existe, se realiza la pregunta, ¿usted asiste a restaurantes?, (gráfico 3) el 84% de los consultados, indica que, si asiste, es por ello por lo que este resultado nos entrega fundamentos válidos para implementar este proyecto.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 3. Ilustración 2.6. Pregunta: ¿usted asiste a restaurantes?

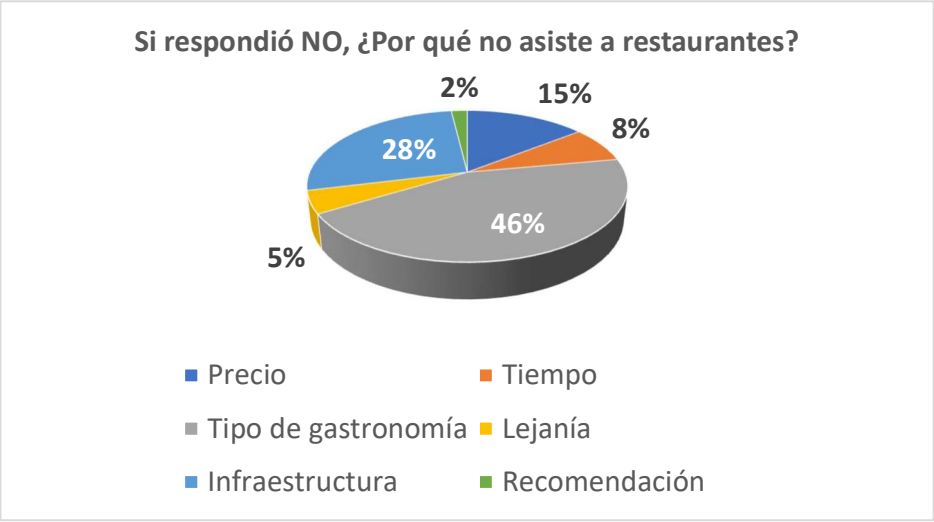
De acuerdo con la pregunta, ¿a qué tipo de restaurante asiste?, (gráfico 4), las respuestas entregadas nos muestran un alto porcentaje (88% y 62% respectivamente) respecto a la asistencia a restaurantes Chilenos y Peruanos, este resultado ratifica la idea de fusionar la gastronomía de ambos países.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 4.Ilustración 2.7. Pregunta: ¿a qué tipo de restaurante asiste?

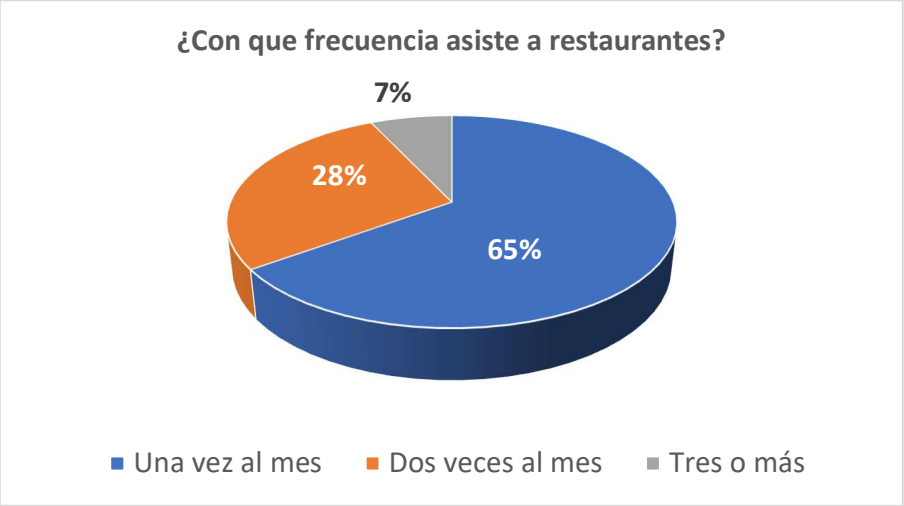
En tanto que ante la pregunta de ¿Por qué no asiste a restaurantes?, (ver gráfico 5), el resultado nos muestra que esto se debe mayoritariamente al tipo de gastronomía (46%), infraestructura (28%) y precio (15%), estos indicadores cobran vital importancia ya que nos muestran que hoy en día no solo el servicio, los productos y la distancia son importantes para el éxito gastronómico, sino que además se suman otros factores que complementan la calidad en la oferta, por ende, se deberán considerar en la oferta futura de este proyecto lo que nos ayudara a captar a potenciales clientes.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 5. Ilustración 2.8. Pregunta: ¿Por qué no asiste a restaurantes?

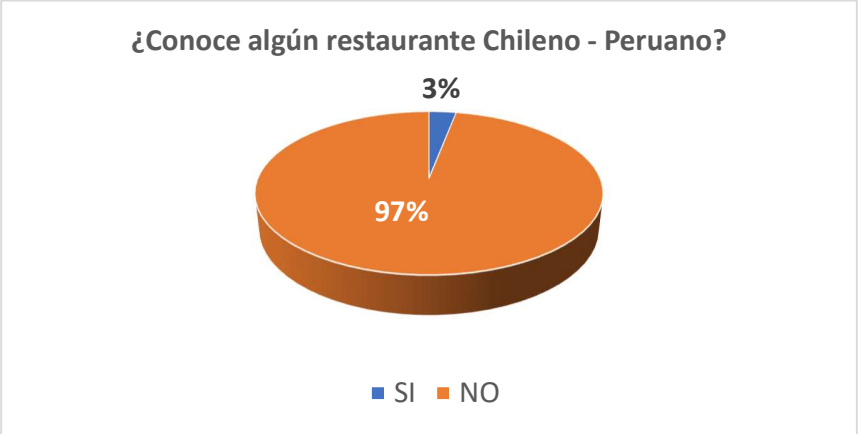
Al consultar, ¿con que frecuencia asiste a restaurantes?, (gráfico 6), el 65% responde que, si lo hace al menos una vez al mes, 28% prefiere ir dos veces al mes y 7% indica ir de tres o más veces al mes. Estas cifras reafirman que existe un mercado potencial en la comuna para el desarrollo de este proyecto, además da a entender que al menos un 37% (28% + 7%) de los encuestados, asiste más de una vez a este tipo de locales, esto refuerza la idea de establecer el proyecto en la comuna de Peñaflor.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 6. Ilustración 2.9. Pregunta: ¿Con que frecuencia asiste a restaurantes?

Para dar mayor realce a la idea de establecer el restaurante fusionando las gastronomías Chilena y Peruana, a los encuestados se le hizo la pregunta, ¿conoce algún restaurante Chileno – Peruano?, (gráfico 7), el 97% refiere que no, mientras que el 3% restante indica que si conoce este tipo de gastronomía.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

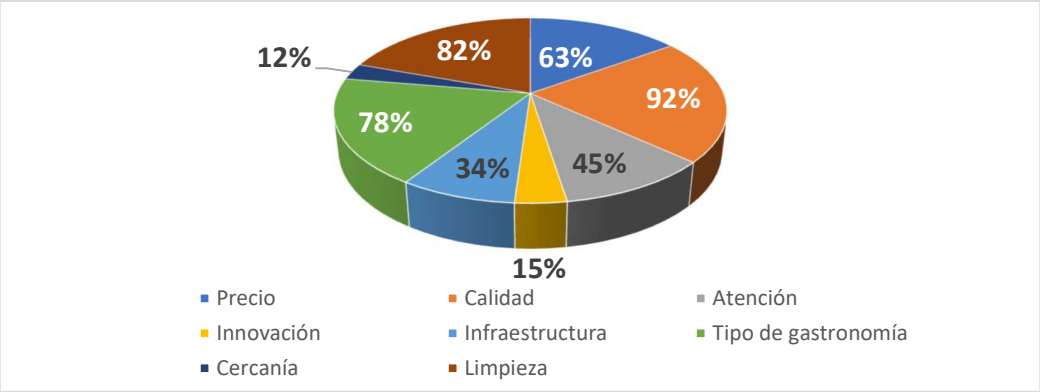
Gráfico 7. Ilustración 2.10. Pregunta: ¿Conoce algún restaurante chileno – peruano?

Para complementar la pregunta anterior, se hizo la siguiente indagación, ¿si hay un restaurante Chileno – Peruano en la comuna, usted asistiría?, (gráfico 8), el resultado es altamente favorecedor a la idea de este proyecto, ya que el 96% respondió que, si lo haría, considerando que ambas cocinas se complementan perfectamente en cuanto a productos y sabores, sin embargo, el 4% restante, refiere no iría ya que la idea le parece indiferente.

Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 8. Ilustración 2.11. Pregunta: ¿Si hay un restaurante Chileno - Peruano en la comuna, usted asistiría?

Para mayor indagación y potencialidad del proyecto, a los encuestados se les pregunta, ¿en qué se fija para ir a un restaurante?, (ver gráfico 9), el 92% pone total atención a la calidad del servicio, esta condición contempla la atención, los productos y servicialidad del local, le sigue con un 82% la limpieza en su totalidad (local, insumos, personal), asimismo, el 78% declara prestar atención al tipo de gastronomía que se ofrece en el lugar, a esto le sigue con un 63% el precio de la oferta.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

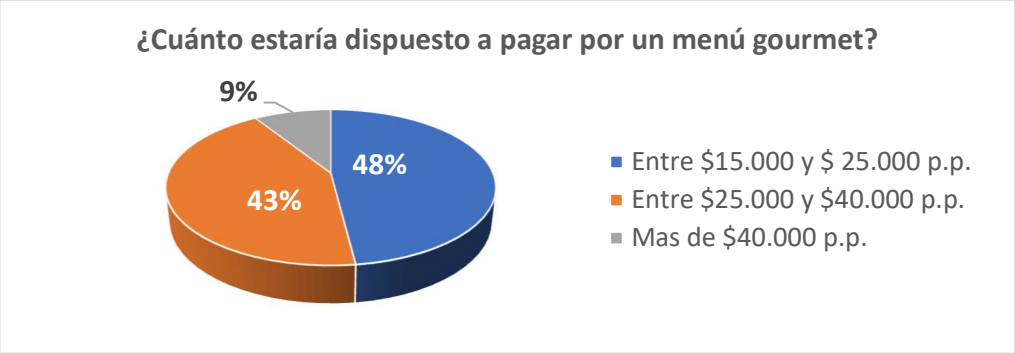
Gráfico 9. Ilustración 2.12. Pregunta: ¿En qué se fija para ir a un restaurante?

En tanto que al consultar si estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet, (ver gráfico 10), favorablemente para este proyecto, el 68% de los encuestados indica que, si lo haría, mientras que el 32% prefiere no hacerlo, basándose en el desconocimiento de este tipo de gastronomía, dejando abierta la posibilidad de "probar" este tipo de menú. Estos datos nos vuelven a indicar que el proyecto posee altos porcentajes de viabilidad, en cuanto a la oferta del local.

Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 10. Ilustración 2.13. Pregunta: ¿Estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet?

De los participantes que respondieron estar dispuestos a pagar por un menú gourmet, se les consulto el rango de precios que desembolsarían por persona (p.p.), (gráfico 11.), ante esto el 48% de los encuestados se inclinó por el rango entre $15.000 y $25.000 p.p., 43% accedería a gastar entre $25.000 y $40.000 p.p., mientras que un 9% está de acuerdo en asumir un gasto de más de $40.000 p.p.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

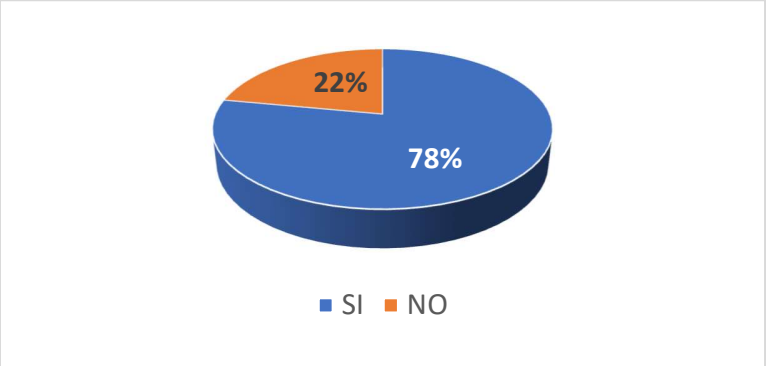
Gráfico 11. Ilustración 2.14. Pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet?

De los encuestados que respondieron no estar dispuestos a pagar por un menú gourmet, (grafico 12), el 78% refiere que no lo haría por un tema de precios, ya que al desconocer lo que es gourmet, no están dispuestos a pagar por ello, el 63% indican que no les interesa, 23% no lo haría por desconocimiento y finalmente el 8% responde que no por un tema de gusto.

Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 12. Ilustración 2.15. Pregunta: ¿Por qué no pagaría por un menú gourmet?

A los encuestados además se les consultó, ¿cree usted que un restaurante Chileno – Peruano, ayudaría a la economía local?, (revisar grafico 13), el 78% refiere que, si lo haría, argumentando que el local se podría abastecer con productos de la zona entregados por pequeños agricultores y productores de la zona, así como también ayudaría a la empleabilidad de los habitantes de la comuna, el 22% que responde de manera negativa, refiere que esto no es de mayor relevancia para la comuna de Peñaflor.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 13. Ilustración 2.16. Pregunta: ¿Cree usted que un restaurante Chileno - Peruano, ayudaría a la economía local?

En tanto que al consultar si este tipo de restaurante ayudaría al turismo de la zona, (observar gráfico 14), el 64% responde de manera afirmativa indicando que al ser algo innovador y con variedad de productos, se generaría interés no tan solo de la comuna de Peñaflor y aledañas, sino que de aquellos que estén de paso por la comuna o de viaje hacia la costa. Respecto al 36% que respondió que no, lo hace ya que para ellos el tema gastronómico no es tan relevante como un lugar recreacional, que contemple playas, piscinas, parques o circuitos de deportes al aire libre.

Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

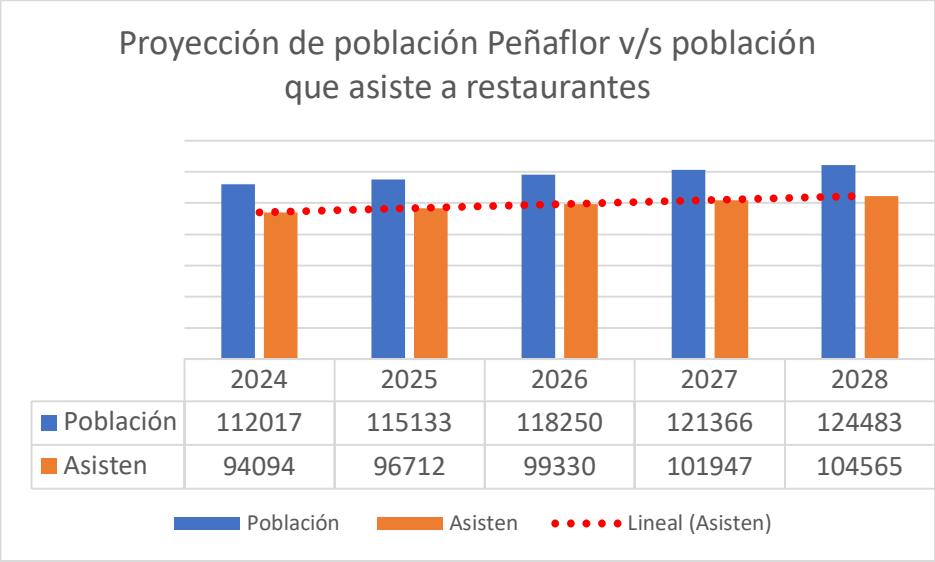
Gráfico 14. Ilustración 2.17. Pregunta: ¿Cree usted que un restaurante Chileno - Peruano en la comuna, ayudaría al turismo de la zona?

Para dar término a la proyección de la demanda actual y futura y en base a los datos obtenidos en la encuesta, existen respuestas favorables a la creación de un restaurante con fusión de la gastronomía chileno – peruano en la comuna de Peñaflor, potenciando el mercado local como socios estrategos en la provisión de insumos y servicios, lo que permitiría a grandes rasgos la viabilidad del proyecto en estudio.

2.2.2. Estimación de la demanda futura

Para llevar a cabo la estimación de la demanda con mirada al futuro, se requiere de los datos de crecimiento de la comuna de Peñaflor. Para visualizar esto, a continuación, se muestra la proyección de crecimiento obtenidos del INE, (ver Tabla 5).

Tabla 5. Cuadro 2.18. Proyección de crecimiento post Censo 2017 Peñaflor



	2024	2025	2026	2027	2028
Población	112017	115133	118250	121366	124483
Asisten	94094	96712	99330	101947	104565

Fuente: Elaboración propia, datos reporte INE.

De acuerdo con las proyecciones realizadas en base al censo 2017 y proyectadas al 2021 por el INE, podemos visualizar que existe un aumento en la población antes descrita y considerando la variable de las personas que asisten a restantes podemos determinar las ventas diarias, semanales, mensuales y anuales, (ver tabla 6).

Tabla 6. Cuadro 2.19. Demanda esperada y proyectada a cinco años, comuna de Peñaflor.

Años	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Clientes diarios	87	113	147	191	248
Clientes semanales	522	679	883	1.148	1.492
Clientes mensuales	3.129	4.068	5.288	6.874	8.936
Clientes anuales	12.516	16.271	20.026	23.781	25.032

Fuente: Elaboración propia.

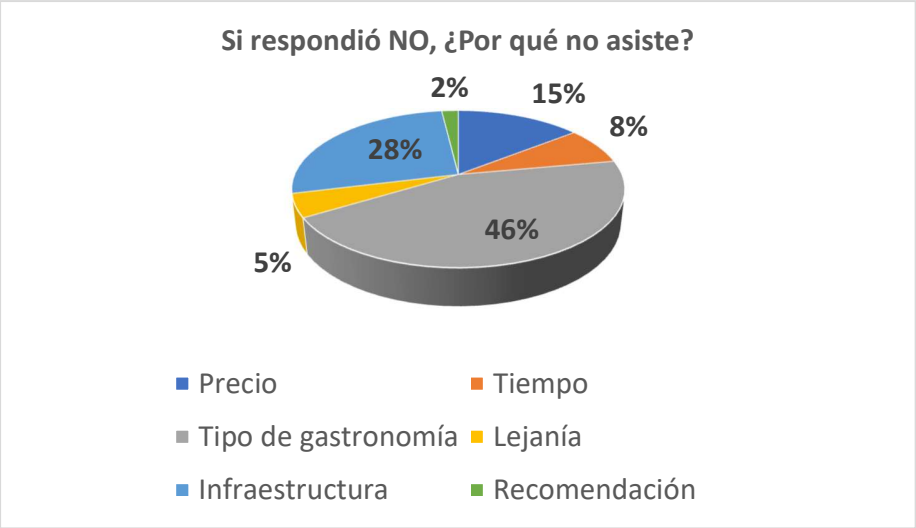
En base a la proyección estimada de la población versus el 84% de los encuestados que refiere asistir a restaurantes, además de considerar que existen 12 restaurantes en la comuna que disponen de comida chilena y peruana (por separado), se pudo determinar en forma lineal que al

menos 152 personas asisten de manera diaria a cada uno, per al sumar nuestro proyecto, esto se reduce a 149 comensales distribuidos diariamente en cada local. Sin embargo, al ser un proyecto con oferta innovadora, se ha estimado para este estudio un ingreso diario de 87 comensales. Dado el tamaño del local para 80 personas simultáneas, con una operación en dos turnos diarios de martes a domingo, se estima que el restaurant tendría capacidad para producir un promedio de 3.129 comensales al mes durante el primer año. Esta capacidad de producción máxima será contrastada posteriormente con las proyecciones de demanda esperada para el restaurant, y así determinar la factibilidad del proyecto.

2.3. VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA

A medida que se avanza en la investigación y la viabilidad del proyecto, se ha conseguido estipular que las variables que afectan la demanda están dadas por los siguientes factores, de acuerdo con las respuestas entregadas por los encuestados, (ver gráfico 15).

- El 46% de los encuestados indica no acudir a un restaurante por el tipo de gastronomía, refieren no visitar estos locales puesto que no les satisface las ofertas alimentarias.
- El 28% considera que la infraestructura de los restaurantes no es cómoda, tienen mal acceso, pocos estacionamientos, mala limpieza y pobre mantenimiento de los locales.
- 15% de los encuestados, hace referencia al precio, para ellos el valor cobrado en los restaurantes no condice con la calidad, cantidad y experiencia que se les entrega, prefieren invertir este valor en comida realizada en su propio hogar.
- Un 8% desiste de ir a un restaurante por temas de tiempo, refieren que, por la cantidad de actividades laborales, personales y familiares, no disponen de tiempo para realizar actividades de consumo fuera del hogar, para ellos es más efectivo el consumo de comida rápida o de delivery.
- El 5% no asiste a los restaurantes, porque considera que la distancia desde su hogar o trabajo al local de comida es lejos.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 15. Ilustración 2.20. Pregunta ¿Por qué no asiste a restaurantes?

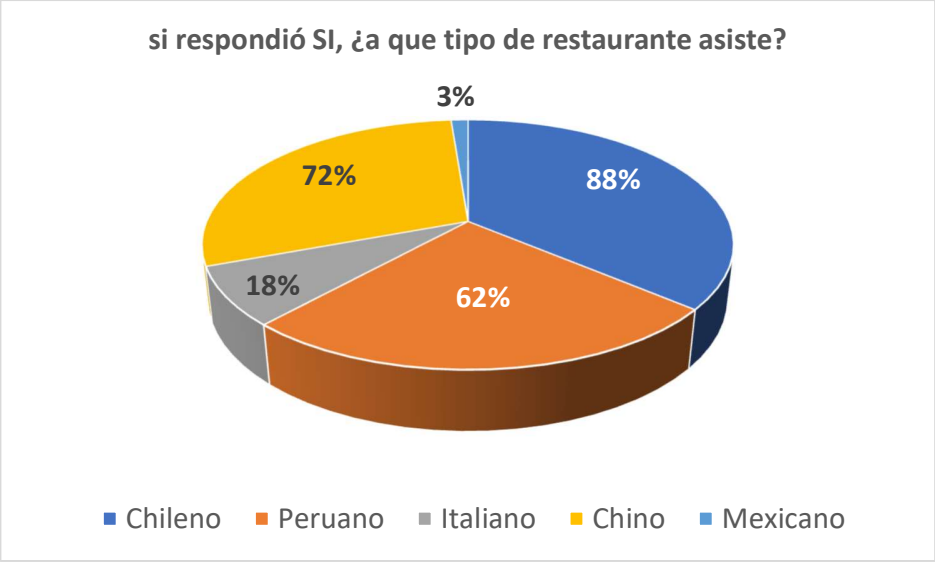
Todos estos factores son variables cualitativas y cuantitativas que afectan la demanda del proyecto en estudio y que deberán ser consideradas para fortalecer el éxito de la propuesta.

2.4 ANÁLISIS DE LA OFEERTA ACTUAL Y FUTURA

Para realizar el análisis de la oferta, pudimos determinar que no existen restaurantes en la comuna, con la fusión de gastronomía chileno – peruana, sin embargo, si existen locales con esta gastronomía, pero de manera separada.

De acuerdo con los consultados, hay una demanda actual cubierta individualmente de estos se determinó que el 88% asiste a restaurante de comida chilena, mientras que el 62% lo hace en locales de comida Peruana (ver gráfico 16).

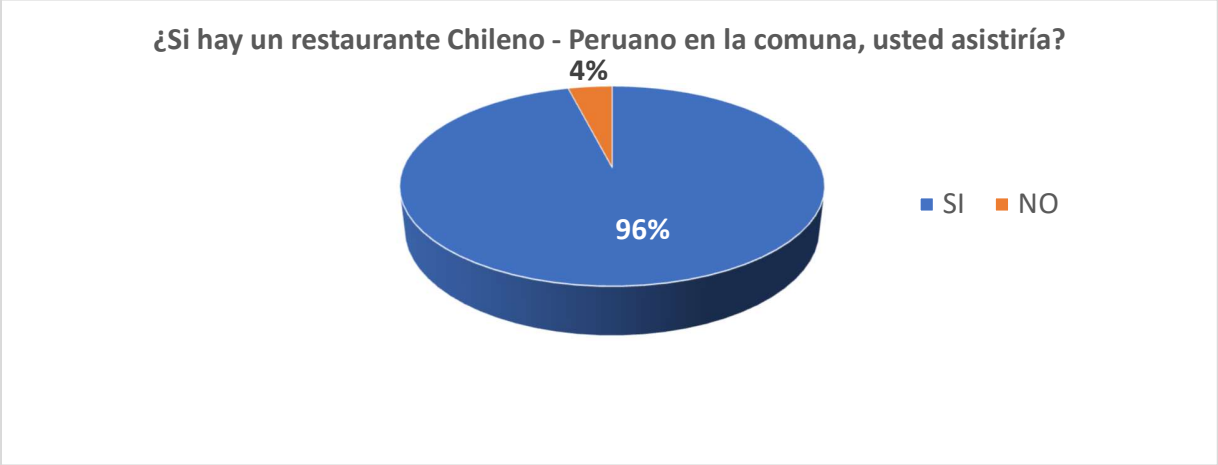
Lo anterior no da a entender que la demanda por satisfacer ambas comidas en un mismo local no se encuentra cubierta.



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 16. Ilustración 2.21. Pregunta ¿A qué tipo de restaurante asiste?

A raíz que se identificó una demanda no cubierta en la comuna, los participantes de la encuesta refieren en casi un 100% que si asistirían a un restaurante que ofrezca fusión de ambas gastronomías, lo que infiere una demanda futura auspiciosa, (ver gráfico 17).



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 17. Ilustración 2.22. Pregunta ¿Si hay un restaurante Chileno - Peruano en la comuna, usted asistiría?

2.5 COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

Para obtener una comprensión más clara y especifica del comportamiento y estrategias efectivas del mercado de restaurantes, se hace necesario realizar un análisis FODA, el cual nos permitirá determinar las fortalezas y debilidades (factores internos), así como también las oportunidades y amenazas (factores externos), que se ven involucradas en este negocio.

A continuación, un desglose del análisis FODA para el proyecto en estudio.

Fortalezas:

- Menú innovador.
- Gran espacio externo e infraestructura del lugar.
- Precio calidad.
- Productos frescos y de la zona.
- Diferenciación en su oferta gastronómica.
- Ubicación estratégica.
- Experiencia gastronómica completa (incluye ambiente elegante, servicio de alta calidad, extensa carta de vinos – licores, espacio recreacional).

Debilidades:

- Costos operativos elevados.
- Precios levemente más altos que la oferta local.
- Dependencia de la temporada (algunos productos gourmet pueden estar disponibles solo algunas estaciones del año).
- Desconocimiento del menú gourmet.
- Dependencia de un chef experimentado en fusión gastronómica chileno – peruana.
- Baja demanda inicial por ser nuevos en la zona y por presentar una oferta gastronómica innovadora.

Oportunidades:

- Demanda creciente.
- Turismo local.
- Colaboración con proveedores locales.
- No existen competidores con la misma oferta (fusión chileno – peruana).
- Tendencia a la alimentación saludable.
- Alianzas estratégicas con empresas complementarias, ejemplo bodegas de vinos.

Amenazas:

- Regulaciones sanitarias y de seguridad alimentaria.
- Cambios en la economía a nivel local y de país.
- Cambios en la preferencia de los consumidores.
- Opiniones y críticas negativas (hoy los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en el posicionamiento o rechazo de una marca, producto o servicio).
- Problemas de suministro de ingredientes (al tener pocos proveedores locales).
- Sensibilidad a factores externos (eventos inesperados, como desastres naturales, pandemias o crisis de suministro, pueden impactar en la operación del restaurante).

A continuación, se identifican las estrategias del análisis FODA para el proyecto de prefactibilidad restaurante gourmet fusión chileno peruano en la comuna de Peñaflor.

Estrategias FO - Ofensivas

- Aprovechar el crecimiento de centros comerciales y polos gastronómicos en Peñaflor para ubicar el local en una zona de alto flujo y visibilidad.
- Ofrecer platos y sabores innovadores que aprovechen lo mejor de la cocina peruana y chilena para atraer nuevos clientes.
- Implementar un programa de fidelización y convenios para clientes frecuentes aprovechando la lealtad de residentes locales.

Estrategias DO - Adaptativas

- Desarrollar una campaña de marketing enfocada en redes sociales para dar a conocer el restaurant entre los jóvenes aficionados a la comida, la cocina y todo lo que se mueve en torno a la gastronomía.
- Capacitar continuamente al personal para elevar los estándares de servicio y potenciar la experiencia de los clientes.
- Monitorear la reacción de los clientes implementando un software de gestión de relacionamiento con el cliente.

Estrategias FA - Defensivas

- Suscribir convenios con proveedores para asegurar el abastecimiento de insumos diferenciados de Perú y Chile.
- Posicionar la marca en base a la calidad y sabor de los platos, sacando provecho de la pericia y experiencia del chef en jefe.
- Ofrecer menús a precios competitivos aprovechando las economías de escala.

Estrategias DA - Supervivencia

- Implementar controles rigurosos de costos e indicadores de productividad ante eventual alza de insumos producto de la estacionalidad.
- Desarrollar un plan de reacción frente a cambios en las regulaciones municipales y del rubro gastronómico.
- Diseñar una estrategia promocional flexible para enfrentar campañas agresivas de la competencia.

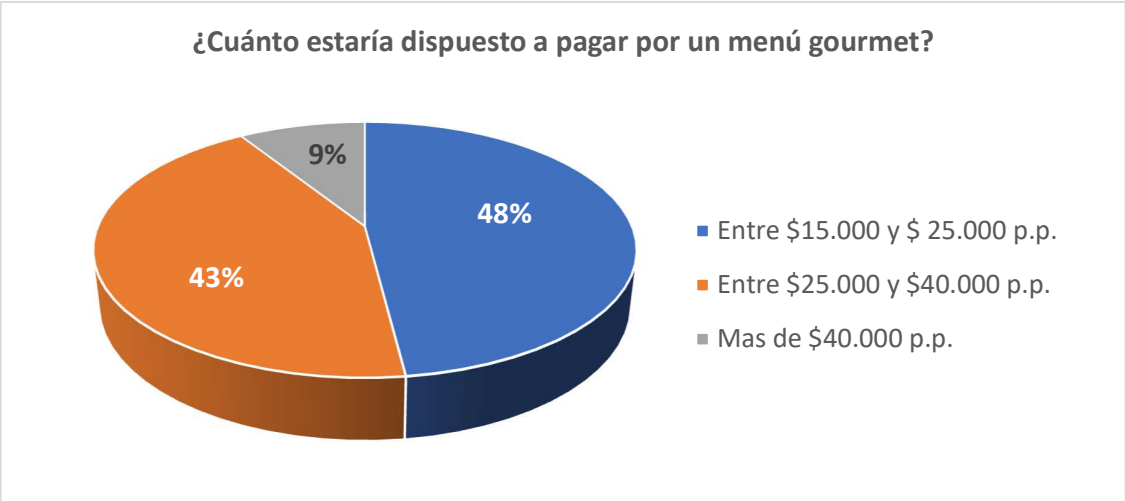
2.6 DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIOS Y PROYECCIONES

Determinación niveles de precios

Para la obtención del precio y su proyección en el tiempo y de acuerdo con (Garza, Karla, 2023), la regla general dice que el costo de la comida debe rondar el 40% del precio final, a esto se le debe sumar los gastos generales (luz, agua, gas, sueldos, etc.), que corresponde al 45% del

precio final del valor del plato, por ende, el 15% restante corresponde a la ganancia por plato.

En virtud de esto, la oferta gastronómica con relación al precio estará, dada por los datos obtenidos de la encuesta (ver gráfico 18).



Fuente: Elaboración propia en base al Formulario manual encuesta presencial.

Gráfico 18. Ilustración 2.23. Pregunta: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un menú gourmet?

Proyección:

La proyección de este proyecto estará dada por un enfoque de diferenciador en cuanto a la oferta gastronómica, innovación y precio calidad. Es por ello por lo que en base a los datos obtenido por medio de la encuesta se obtiene una proyección positiva.

Sin embargo, si realizamos una proyección de precios considerando el Índice de Precios al Consumidor (IPC) determinado por el Banco Central de Chile, el cual indica que para los próximos cinco años se estima una inflación anual de 4%.

Con este dato, realizamos el precio proyectado para los siguientes 4 años aplicando un ajuste de 4% anual acumulativo según la inflación estimada y considerando el precio promedio del menú que es $25.000 en el primer año, obtenemos lo siguiente (ver tabla 7).

Tabla 7. Cuadro 2.24. Proyección precio promedio del menú

Año	Valor promedio menú	Variación IPC	Valor menú con variación del IPC
Año 1	$25.000		
Año 2	$25.000	4%	$26.000
Año 3	$26.000	4%	$27.040
Año 4	$27.040	4%	$28.122
Año 5	$28.122	4%	$29.247

Fuente: Elaboración propia en base información del banco Centra de Chile.

Esto significa que el precio promedio del menú se ajustará de $25.000 iniciales a $29.247 en el año 5, asumiendo un escenario de inflación moderada en torno al 4% anual, por lo tanto, los precios específicos de cada plato se determinarán manteniendo los márgenes respecto al precio promedio del menú proyectado para cada año.

De esta manera realizará una proyección de precios realista, que permitirá mitigar el impacto de la inflación durante los años de operación del proyecto ya que el IPC nos otorga un parámetro objetivo para realizar dichos ajustes.

Producto o servicio:

Al ser un proyecto pensado en la producción de comida gourmet, se requiere de una amplia gama de ingredientes para generar combinaciones únicas y sorprendentes, que sean atractivas para los comensales y se destaque así la propuesta gastronómica del restaurante.

En la carta se ofrecerán productos tales como:

- Platos preparados: Se ofrecerán platos con fusión de productos chileno – peruana, por ejemplo: asado de cordero Magallánico con puré a la huancaína, Pastel de choclo a la Peruana, Causa de pollo, parrillada de mariscos, empanadas chilenas con harina de quinua, entre otros.
- Productos del mar: Habrá una variedad de pescados y mariscos frescos, como el salmón

chileno o camarones peruanos, que los clientes podrán disfrutar en diferentes menús, siempre conservando la identidad de ambos países.

- Vinos chilenos y pisco peruano: No se desatenderá el bebestible, razón por la cual se ofrecerá una selección de vinos chilenos de alta calidad y pisco peruano para que los clientes puedan disfrutar del sabor que prefieran.
- Condimentos caseros: Se dispondrá de salsas y adobos caseros para marinar carnes y pescados, como el anticucho peruano o el pebre chileno, salsa de cilantro para acompañar platos como ceviche, podrían ser una excelente opción para acompañar carnes o pescados según preferencia del cliente.
- Salsas y aderezos caseros: No se omitirá algo fundamental como la previa al plato principal, para ello se dispondrá en la mesa de salsas y aderezos, como ají amarillo, ají rocoto y ají verde chileno, para que los clientes puedan saborear antes del plato principal.
- Productos de confitería y dulces: En cuanto a la repostería se ofrecerán variedad de platos indicativos de cada país, como, por ejemplo: alfajores peruanos, dulces chilenos tradicionales como la leche asada, el típico mote con huesillo, pero se cambiará el mote por quinua.
- Barra o bar: Se ofrecerán destilados con ingredientes de ambos países, bebidas, jugos naturales de frutas representativas de cada país, así como cervezas producidas en Chile y Perú.

2.7 ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

Macro localización

El proyecto se emplazará en la Región Metropolitana de Chile, específicamente en la comuna de Peñaflor, ubicada aproximadamente a 37 km en dirección sureste del centro de la ciudad de Santiago, la comuna tiene dos rutas de acceso para llegar desde el centro de Santiago estas son Camino a Melipilla y la Autopista del Sol (ruta 78).

Peñaflor pertenece a la Provincia de Talagante y se encuentra bordeada por las comunas de Talagante, El Monte, Padre Hurtado, Malloco y Calera de Tango. Cuenta con una superficie total de 69 km2.

Esta comuna ha experimentado un importante crecimiento demográfico y económico en los últimos años, consolidándose como un atractivo sector residencial y de inversiones de nivel socioeconómico medio-alto.

Su cercanía con Santiago a través de eficientes vías de acceso y su perfil socioeconómico la convierten en una localización estratégica para el desarrollo de nuevos proyectos en el sector servicios y comercio, como el presente proyecto gastronómico.

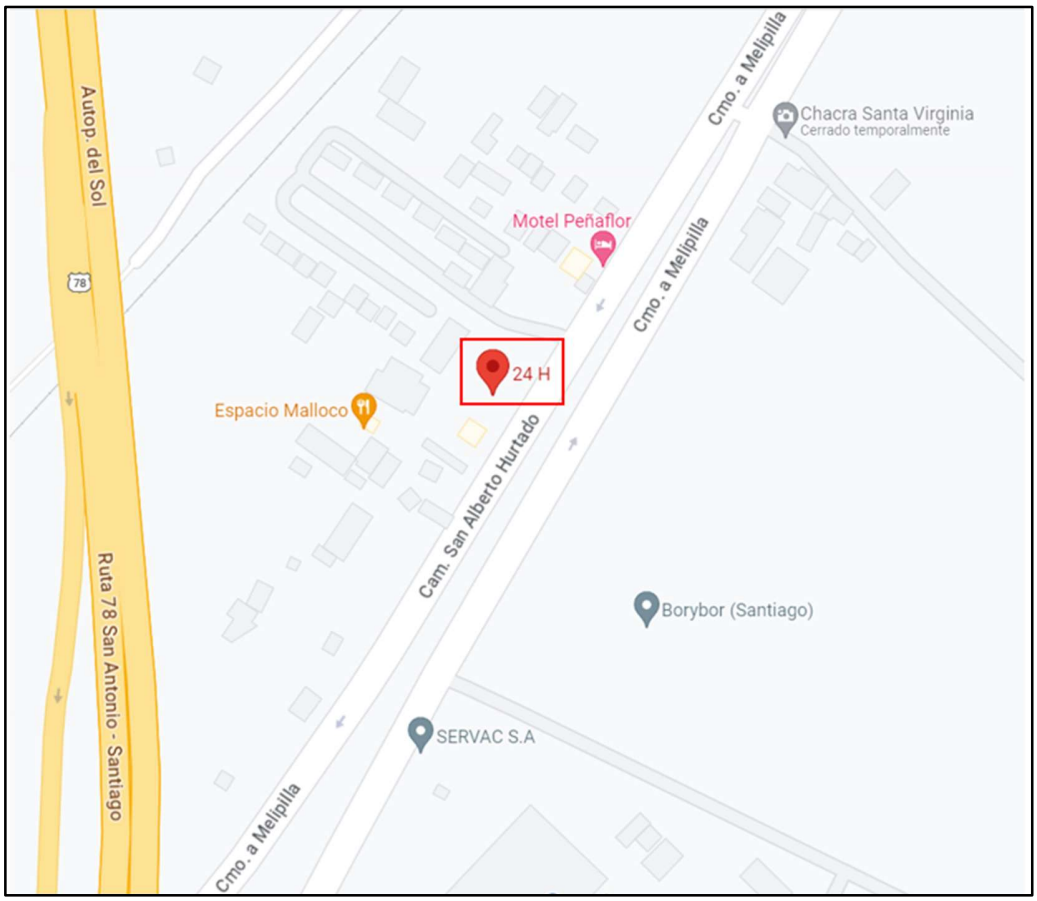
Fuente: google maps chile.

Figura 6. Mapa macro localización Peñaflor

Micro localización

Dentro de la comuna de Peñaflor, el proyecto se emplazará específicamente en el sector de Malloco Alto, sobre Camino a Melipilla a la altura del kilometro27, esta carretera es una de las principales arterias vehiculares de la comuna y cuenta con alto flujo de vehículos y conectividad con otras vías importantes como la Ruta 78 y Camino a Padre Hurtado, se eligió este lugar ya que cuenta con acceso directo desde la avenida y está cercano a establecimientos comerciales de alto tráfico.

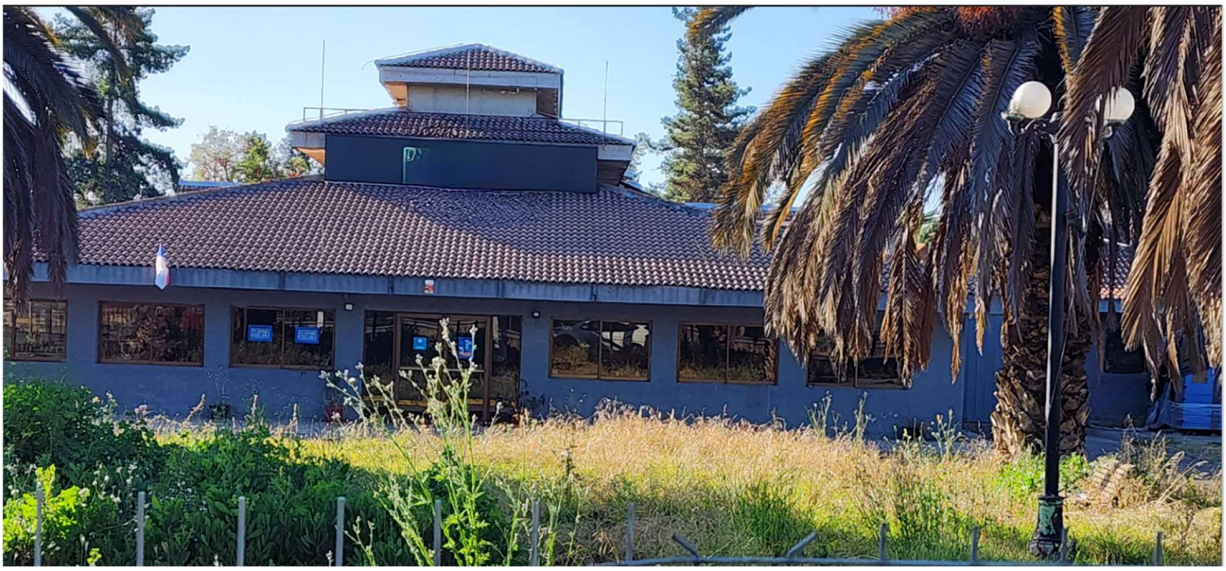
Esta ubicación ofrece máxima visibilidad y facilita el acceso tanto vehicular como peatonal para los residentes de Peñaflor, comunas aledañas y visitantes esporádicos desde Santiago, lo que es apropiado para el proyecto gastronómico planteado.



Fuente: google maps chile.

Figura 7. Mapa micro localización del local.

A continuación, se muestras imágenes del local, el cual se encuentra en buenas condiciones y solo requerirá de algunos arreglos para adaptarlo a la idea planteada en este proyecto respecto a la oferta de gastronomía gourmet, fusión de comida chilena – peruana ya que este fue construido inicialmente como restaurante de parrilladas (ver figura 2.27, 2.28 y 2.29).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. Foto del local.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. Foto del local.

En la figura 2.28, se puede observar que el local ya cuenta con la base de un restaurante, solo que su rubro inicial estaba diseñado para parrilladas.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10. Foto del local.

2.8 ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

El sistema de comercialización a utilizar se basará en los siguientes elementos:

Producto: El restaurante ofrecerá una innovadora propuesta gastronómica, fusionando ingredientes y técnicas de la cocina peruana y chilena en una carta diseñada por un experimentado chef, quien velará porque los platos se elaboren con materias primas e insumos de alta calidad, ofreciendo sabores únicos en un ambiente sofisticado

Promoción: Para difundir el concepto del restaurant se implementará una estrategia promocional enfocada en:

- Marketing digital con campañas en redes sociales y página web destacando la experiencia gourmet y visibilizando el ambiente del local.
- Alianzas estratégicas con instituciones peruanas en Chile para atraer a su comunidad.
- Activaciones en ferias gastronómicas y eventos del rubro que se realicen en la comuna, así como también en la Región Metropolitana.
- Promoción directa a residentes y trabajadores del sector aledaño al local.

Precio: Se establecerá una estructura de precios acorde al segmento socioeconómico objetivo, con un precio promedio aproximado de $25.000 por persona.

Los precios se fijarán de acuerdo con la calidad y elaboración de cada preparación, apuntando a una rentabilidad en función a costos y disposición a pago del mercado objetivo.

Se evaluarán políticas de descuento para clientes frecuentes y en horarios de menor afluencia para optimizar ingresos.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

El análisis de prefactibilidad técnica es una etapa importante en la planificación de un restaurante gourmet. Este análisis se centra en evaluar la viabilidad técnica del proyecto, considerando aspectos relacionados con la ubicación, el equipamiento, la infraestructura y otros elementos claves.

A medida que se desarrolla este capítulo se presentan algunos pasos y consideraciones importantes para llevar a cabo un análisis de prefactibilidad técnica para la implementación de un restaurante gourmet específicamente en la comuna de Peñaflor, lo que proporcionara una base sólida para la toma de decisiones.

3.1 DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS.

Tal como se ha indicado en capítulos anteriores, el proyecto se basa en la instalación de un restaurante que entregará servicio de alimentación gourmet, ofreciendo productos de alta calidad, complementado con un servicio de calidad, compra de productos locales, lo que favorecerá a la economía local.

La operatividad de los procesos y la funcionalidad de lo antes descrito se detalla a continuación.

UBICACIÓN: Se determinó la instalación del restaurante en la comuna de Peñaflor, por su cercanía a la región Metropolitana y por estar rodeada de comunas aledañas como son Padre Hurtado, Melipilla y Talagante, además por ser una de las dos vías más importante de acceso a la costa Chilena, a esto podemos sumar que, de acuerdo con la encuesta realizada, se determinó que el 84% de los encuestados refieren asistir a restaurantes y de estos el 68% está dispuesto a pagar por un menú gourmet.

INFRAESTRUCTURA Y ESPACIO: La comuna de Peñaflor aún ofrece grandes espacios campestres que permiten la distribución de un local con espacios cómodos al aire libre y de fácil acceso, cercano a las grandes urbes que son propicios para vivir un ambiente distendido familiar y para sus mascotas.

ABASTECIMIENTO: En la comuna de Peñaflor y sus alrededores, se desarrolla la producción agrícola, ganadera y vitivinícola, por lo tanto, es un punto que cobra alta relevancia, al momento de ofrecer un menú gourmet, ya que el local sería abastecido por pequeños y medianos productores de la zona, dando acceso a productos frescos y de calidad, así mismo, esta comuna se encuentra a 40 minutos del Puerto de San Antonio, punto relevante para la obtención de productos del mar obtenidos en el día.

ATENCIÓN DE CLIENTES: La atención al público en un restaurante gourmet debe ser una experiencia memorable para los clientes, donde la comida exquisita se combine con un servicio excepcional para crear una experiencia culinaria completa, es por esto por lo que el primer contacto que tendrán los clientes con el restaurante será la disposición de los estacionamientos, el local contará con una superficie acorde con el número de comensales proyectados a máxima capacidad.

RECEPCIÓN DE LOS CLIENTES: La recepción al público en un restaurante gourmet es una parte fundamental para crear una experiencia excepcional, por lo tanto, así como se contará con estacionamientos suficientes para la comodidad de los comensales, el restaurante dispondrá de:

- Reservas y confirmaciones: El restaurante ofrecerá la posibilidad de realizar reservas con antelación y dispondrá un ambiente acorde a la celebración que realicen sus clientes, como, por ejemplo, aniversarios de matrimonio, ofrecerá un menú especial, con bebestibles y se les entregara algún detalle de parte de la administración del local, para estas reservas tanto administrador como personal, estarán preparados para la atención de estos requerimiento, ya sea vía telefónica, presencial o web, sin dejar desprovisto esta vía de captación de clientes.

  Así como existe la disposición a la atención de reservas, también se contará con un calendario de confirmación de estas para asegurar que los clientes tengan la fecha y horas correctas.
- Recepción amable: Es importante que, a la llegada de los clientes, estos reciban una cálida bienvenida, un saludo amable y una sonrisa son esenciales, por tal razón se dispondrá de una recepcionista quien estará a cargo del registro de las reservas y asignación de mesas

de acuerdo con las preferencias y disponibilidad del local.

Junto a la recepcionista estará la atención inmediata de los garzones, quienes llevaran a los clientes a sus mesas de manera cortés y profesional, ayudándoles a acomodarse y ofréceles el menú, si es posible, ofrecer opciones de asientos que se adapten a las necesidades de los clientes, como vistas especiales, privacidad o espacios para niños.

- Presentación del menú: es importante que dentro de una cálida bienvenida, los clientes tengan conocimiento de la composición de los platos del menú, destacando las características especiales de cada uno de ellos, considerando la fusión entre los ingredientes chileno – peruano. Si los clientes tienen preguntas o están indecisos, ofrecer recomendaciones basadas en sus preferencias personales.
- Tiempo de espera: Para el Chileno en general el tiempo de espera en la obtención de sus pedidos, es fundamental, es por ello por lo que el restaurante trabajara de manera coordinada entre garzones y personal de la cocina para garantizar que los platos se sirvan en el momento y temperatura adecuada.
- Atención a los detalles: Así como la atención personalizada es importante, también es fundamental el entorno que les rodea, para ello es requisito primordial mantener las mesas, pisos y área de recepción limpios y ordenados en todo momento, asegurarse que la iluminación y la música estén acordes con el ambiente del restaurante.
- Despedida y agradecimiento: Así como para el cliente es importante la recepción, también es importante la despedida que se le entrega, es por esto por lo que los garzones y la recepcionista del restaurante pondrán vital énfasis en la ida de los clientes despidiéndolos con cortesía agradeciendo la preferencia e invitándolos a volver, el objetivo es que los comensales se sientan valorados y bien atendidos desde el momento en que cruzan la puerta hasta que se van y que tengan una experiencia memorable.

3.1.1 Designación de valores

La designación de valores para el presente proyecto se basará en la estimación de la moneda nacional, así como también el valor de la Unidad de Fomento (UF) valorizada en 36.178,24 al 14/09/23 (ver tabla 8), de acuerdo con la información proporcionada por el Servicio de Impuestos Internos (SII).

Tabla 8. Cuadro 3.1. Moneda a utilizar en el proyecto.

Septiembre					
1	36.134,97	11	36.174,62	21	36.186,67
2	36.139,62	12	36.175,83	22	36.187,88
3	36.144,27	13	36.177,03	23	36.189,09
4	36.148,93	14	36.178,24	24	36.190,29
5	36.153,58	15	36.179,44	25	36.191,50
6	36.158,24	16	36.180,65	26	36.192,70
7	36.162,90	17	36.181,85	27	36.193,91
8	36.167,55	18	36.183,06	28	36.195,11
9	36.172,21	19	36.184,26	29	36.196,32
10	36.173,42	20	36.185,47	30	36.197,53

Fuente: https://www.sii.cl/valores_y_fechas/uf/uf2023.htm#.

3.2. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

Para el restaurante será fundamental contar con un diagrama de proceso, ya que permitirá mapear todas las etapas involucradas en el servicio al cliente, desde la recepción hasta la despedida, facilitando la estandarización. Este diagrama resulta indispensable para coordinar apropiadamente las interrelaciones en un restaurante gourmet.

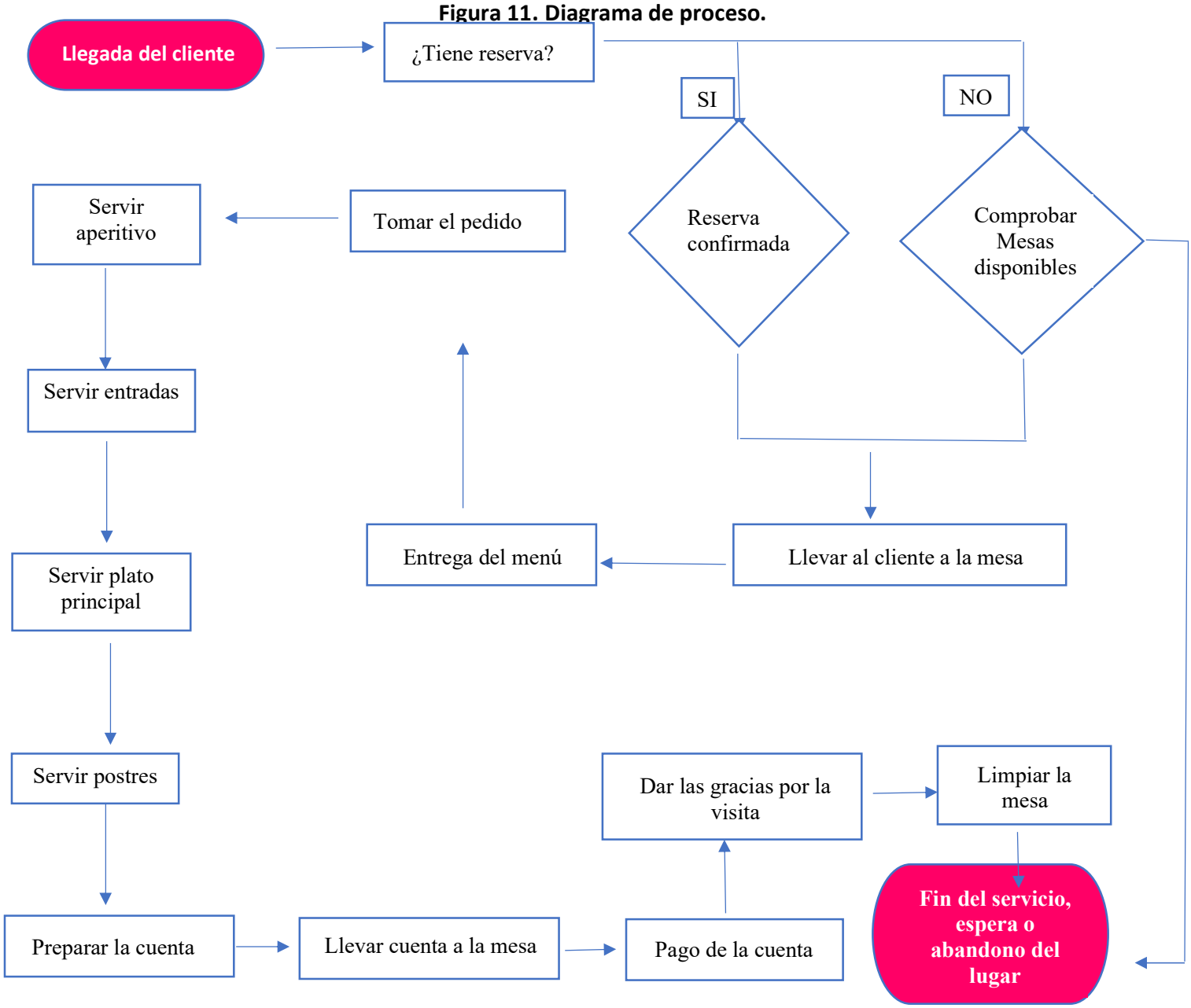
Con reserva

- El cliente llega al restaurante a la hora acordada.
- El anfitrión revisa la reserva y le asigna mesa.
- El mesero toma la orden y sirve los alimentos.
- El cliente paga la cuenta y se retira del restaurante.

Sin reserva

- El cliente llega al restaurante sin reserva previa.
- El anfitrión verifica la disponibilidad de mesas.
- Si hay mesa disponible se la asigna al cliente.
- Si no hay mesa disponible, se tomarán los datos del cliente y se le avisará cuando haya disponibilidad.
- Una vez disponible la mesa, el mesero toma la orden y sirve.
- El cliente paga la cuenta y se retira del restaurante.

Figura 11. Diagrama de proceso.



3.3. SELECCIÓN DE EQUIPOS

La selección de los equipos adecuados para el restaurante gourmet es fundamental para garantizar el funcionamiento eficiente y la calidad de los platos que se servirán, la elección de los equipos debe adaptarse a la escala y al concepto del restaurante, así como al presupuesto de inversión inicial, sin perder el foco de la calidad en la entrega de los productos.

A continuación, algunos de los puntos de requisito básico para la selección y elección de equipos:

- ✓ Eficiencia operativa: Es importante que los equipos elegidos cumplan con esto para reducir el tiempo de espera de los clientes y asegurar una experiencia de servicio fluida y de alta calidad, por ende, los productos adquiridos deben tener alta resistencia a la mantención frecuente sin generar desgate o devaluación en poco tiempo.
- ✓ Seguridad alimentaria: Todo restaurante debe garantizar la seguridad alimentaria, es por ello por lo que se elegirán equipos de refrigeración adecuados para mantener la temperatura adecuada de los alimentos, así como también se velara por altas exigencias de sistemas de lavado y desinfección para los utensilios y el equipo en general, con esto damos cumplimiento a las regulaciones sanitarias para evitar problemas legales y asegurar la salud pública.
- ✓ Experiencia al cliente: La selección de equipos también puede afectar la experiencia del cliente, por ejemplo, la elección de la vajilla de alta calidad y cuchillería elegante nos ayudara a contribuir a la presentación de los platos y a la percepción de lujo del restaurante. La comodidad de la estancia en el local es parte de la experiencia del cliente, por ende, se requiere disponer de sillas, mesas, mantelería y adornos que entreguen un momento memorable.
- ✓ Ahorro a largo plazo: Si bien la inversión inicial en cuanto a equipos de alta calidad y funcionalidad es mayor, esto nos traerá ahorro a largo plazo.

Por lo anterior, la elección inicial de equipos de calidad es lo principal al momento de establecer el restaurante gourmet, ya que esto no solo afecta la calidad de la comida que se servirá, sino que también tiene un fuerte impacto en la eficiencia operativa, la seguridad alimentaria, la experiencia del cliente y el ahorro que se pueda obtener a largo plazo, por lo tanto, es una

inversión importante que puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso del proyecto.
El criterio de selección será en base a la disponibilidad existente en el mercado nacional, al precio, calidad y las garantías entregadas por el proveedor. A continuación, se indicarán algunos equipos que requieren de mayor desembolso en la inversión inicial y que serán de compra nacional.

3.3.1 Equipos básicos de cocina.

Cocina industrial con quemadores, plancha, horno y parrilla: Este equipo es un activo fundamental para el restaurante, ya que no solo permite una variedad de técnicas de cocción y presentación, sino que también garantiza la calidad, eficiencia y la seguridad en la preparación de los alimentos, elementos esenciales para el éxito del restaurante gourmet. Los quemadores, la plancha, el horno y la parrilla ofrecen una amplia gama de opciones de cocción que permitirán a los chefs preparar una variedad de platos gourmet, desde saltear y freír en los quemadores hasta asar y hornear en el horno, estos equipos son esenciales para crear platos complejos y deliciosos (tabla 9).

Tabla 9. Cuadro 3.2. Selección de Cocina industrial.

Características	
Marca	Topgas
Cantidad de quemadores	6
Stock	Disponible
Tipo de horno	Horno a Gas Enlozado
Garantía	1 año
Características Especiales	Apto para Hornear, freír y cocinar todo tipo de alimentos
Empresa proveedora	Kitchen Center

Fuente: Elaboración propia.

Campana extractora de alta calidad para la ventilación: Esta es un componente esencial en la ventilación del restaurante, ya que permite la eliminación de olores, ayuda en el control de la temperatura, eliminación de humo y olores cumple con la reglamentación sanitaria en cuanto a la calidad del aire y seguridad de quienes trabajan en la cocina, ayuda a la a mantener un ambiente agradable y libre de olores en todo el restaurante, lo que mejora la experiencia del cliente, además al estar diseñadas para ser eficientes desde el punto de vista energético, ayudara a reducir los costos operativos a largo plazo (tabla 10).

Tabla 10. Cuadro 3.3. Selección de Campana extractora para ventilación.

Características	
Marca	Smeg
Potencia	277 W
Stock	Disponible
Tipo de campana	Pared
Garantía	1 año
Características Especiales	Filtros de aluminio, Diseño tipo chimenea, Válvula antiretorno
Empresa proveedora	Kitchen Center

Fuente: Elaboración propia.

Freidora comercial: Si bien las freidoras comerciales no son un equipo principal, si dan valor a la preparación de platos gourmet, ya que permitirá dar versatilidad al menú, al permitir preparar aperitivos como croquetas tempura, mariscos o papas fritas, estas últimas son el acompañamiento más solicitado por los chilenos al momento de acudir a un restaurante. También nos permitirá preparar acompañamientos y guarniciones especiales, como chips de vegetales, de frutas o crujientes de queso, los que complementaran los platos principales del restaurante gourmet. La freidora cumplirá un papel valioso al permitir agregar opciones de menú creativas, contrastar texturas y así entregar una experiencia culinaria mucho más completa, manteniendo el equilibrio entre los elementos fritos y los platos principales de alta calidad, así se mantendrá la coherencia de lo que se pretende desarrollar en este proyecto (ver tabla 11).

Tabla 11. Cuadro 3.4. Selección de Freidora comercial.

Características	
Marca	Ventus
Material	Acero inoxidable
Tamaño	2 canastillos
Capacidad	2 kg por canastillo
Funcionamiento	A gas
Garantía	1 año
Características Especiales	incorpora sistema de seguridad de bloqueo en perilla de encendido, contiene tubo de vaciado, el que permite extraer el aceite de manera rápida, sencilla y segura.
Empresa proveedora	Kitchen Center

Fuente: Elaboración propia

Horno de convección para cocción uniforme: Este equipo forma parte esencial de este restaurante ya que utiliza un sistema de ventilación forzada que distribuye el calor de manera uniforme en todo el horno lo que garantiza que los alimentos se cocinen de manera uniforme en todos los niveles y no haya puntos calientes ni fríos. En un restaurante gourmet, donde la calidad es primordial, la cocción uniforme es esencial para lograr platos consistentes y deliciosos, esto contribuye a la calidad y la coherencia de los platos, lo que es fundamental para satisfacer las expectativas de los comensales a quienes estará dirigido el proyecto (ver tabla 12).

Tabla 12. Cuadro 3.5. Selección de Horno convección para cocción uniforme.

Características	
Marca	FDV DELUXE
Potencia	2770 - 3220 W
Stock	Disponible
Capacidad útil total (L)	56
Cantidad de programas	11
Garantía	1 año
Características Especiales	Funciones: grill, convector, Spiedo, Booster, Temporizador
Empresa proveedora	Kitchen Center

Fuente: Elaboración propia

Cámaras de refrigeración para almacenamiento a largo plazo: Desempeñan un papel esencial en la gestión de alimentos y en el funcionamiento eficiente de un restaurante gourmet, permite la conservación de la frescura y calidad de los alimentos, minimiza el desperdicio, permiten almacenar ingredientes y productos estacionales para su uso futuro, nos permite dar cumplimiento a las normas sanitarias en cuanto al almacenamiento y manipulación de alimentos al mantener los alimentos a temperaturas seguras. A lo anterior se suma la disminución de costos Al comprar ingredientes en cantidades más grandes y aprovechar ofertas y productos en temporada, influye en la capacidad de envejecimiento de algunos productos, por ejemplo, como carnes, quesos y vinos, mejoran con el tiempo, las cámaras de refrigeración controladas de manera precisa permiten a los chefs madurar y envejecer estos alimentos de acuerdo con sus especificaciones, lo que agrega valor a la experiencia culinaria. En un restaurante gourmet, donde la calidad es fundamental, una adecuada cámara de refrigeración es una inversión esencial (ver tabla 13).

Tabla 13. Cuadro 3.6. Selección de Cámaras de refrigeración.

Características	
Marca/Modelo	VF6PS1400
Temperatura	de -22°C a -17°C
Tamaño	3 cuerpos con 6 puertas abatibles
Capacidad (Lts.)	1.510
Sistema de refrigeración	con circulación de aire forzado
Garantía	1 año
Características Especiales	Aislación por inyección de polipropileno de alta densidad, que mantiene una temperatura óptima. Sistema ajustable de temperatura interior por termostato digital marca Carel.
Empresa proveedora	Ventus

Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Equipo menor, mobiliario, equipo adicional y de aseo.

Mesas y sillas de diseño elegante y cómodas para los clientes: Esto es de suma importancia ya que contribuye significativamente a la experiencia de los comensales y a la percepción general del restaurante. La primera impresión es crucial ya que esto puede influir en la percepción que tendrán los clientes respecto a la calidad y nivel de servicio que se entrega en el local, así mismo la comodidad de estos muebles hará que los clientes se sientan relajados y tengan una experiencia gastronómica positiva. La elección de un mobiliario con diseño elegante y cómodo ayuda a establecer una impresión positiva, aporta comodidad a los comensales y contribuye a la creación de un ambiente atractivo y exclusivo. La elección de mesas y sillas no debe subestimarse, ya que puede influir significativamente en el éxito y la percepción del restaurante. Para esto optaremos por la confección de productores locales, con diseños propios y a medida que se adapten perfectamente al espacio y al estilo del restaurante gourmet. Esto permite una mayor personalización y exclusividad lo que aportara una identidad única al restaurante.

La elección se basará en mesas rectangulares con 4 sillas, ambas de madera sólida, las sillas estarán acolchadas y ergonómicas, sin antebrazos, de color beige o tonos tierra, serán distribuidas de tal manera que haya suficiente espacio entre ellas para que los clientes se sientan cómodos y tengan privacidad.

Iluminación: La iluminación desempeña un papel crucial en la creación de un ambiente elegante, se utilizarán lámparas colgantes y candelabros con luces suaves para dar una sensación de calidez y sofisticación. A la iluminación se sumarán detalles decorativos como cuadros, espejos, plantas y esculturas que complementen el estilo general del restaurante fusión chileno - peruano y añadan un toque de sofisticación e identificación.

Mantelería y vajilla elegantes: La elección de la mantelería, la vajilla y la cubertería también es importante, se optará por materiales de calidad y diseños que se complementen con el estilo general del restaurante que aporten a la sofisticación del lugar.

Música y ambiente: La música de fondo y la acústica del espacio también son importante por lo tanto se optará por música suave y un ambiente sonoro que no sea invasivo y permita a los clientes mantener conversaciones sin esfuerzo, a esto se sumara el servicio que entregara el personal, estos estarán bien capacitados y ofrecerán un servicio amable y atento, siempre dispuestos a atender los requerimientos de los comensales, ya que la elegancia no solo se trata de apariencia, sino también de la experiencia completa que se ofrece a los clientes.

Utensilios de cocina: La correcta elección en los utensilios de cocina en un restaurante gourmet es esencial para garantizar la calidad de los platos que se sirven, por lo tanto, es importante contar con calidad y variedad en cuchillería, ollas, sartenes, procesadores de alimentos, baterías de cocina, woks, pinzas de precisión, basculas, herramientas de decoración, termómetro de cocina a presión, licuadoras, refrigerador, mesón de acero, entre otras.

Es importante tener en cuenta que si bien, en un restaurante gourmet la atención se centra en la calidad de la comida, la presentación, el servicio excepcional y la experiencia del cliente en general, los útiles de oficina o escritorio también juegan un rol fundamental, como, por ejemplo, para tomar pedidos, registro de reservas, anotaciones de la cocina, firmas y agradecimientos, así como también para llevar una adecuada administración del local.

Para lo anterior se requiere de lo siguiente:

Computadora o terminales de venta (POS): Este equipo es fundamental para gestionar las órdenes de los clientes, registrar las ventas y enviar los pedidos a la cocina, ayuda a la cuadratura de caja, entrega recibos y se pueden sumar impresoras, para que, tanto en la cocina como en el bar, se reciban los pedidos de manera rápida y oportuna, gestionando eficientemente los pedidos de los clientes.

Sistema de pago electrónico: Este es fundamental para que los clientes puedan cancelar su consumo por medio de efectivo o tarjetas bancarias.

Computador para la administración: Para que el administrador del local lleve una correcta administración de este, requiere contar con un equipo computacional, con este podrá realizar tareas administrativas, como llevar un registro de reservas, administrar el inventario, gestionar el personal y analizar datos de rendimiento, entre otros.

Mobiliario de oficina: Se requiere de al menos un escritorio, silla, estante organizador de archivos, insumos esenciales para la administración del local.

Artículos de oficina: Es importante contar con suministros de oficina básicos, como papel, lápices, clips, notas adhesivas y otros suministros para la toma de pedidos, la comunicación interna y la administración general.

La inversión en equipos para un restaurante es de vital importancia, ya que estos elementos son fundamentales para el funcionamiento y éxito del negocio. Aunque mencionar todos los equipos necesarios sería extenso debido a la gran cantidad requerida, es esencial resaltar algunos de los más importantes.

Es por esto que se mencionan algunos, por ejemplo, los equipos de cocina son esenciales para la preparación de los alimentos. Estos incluyen estufas, hornos, planchas, freidoras, parrillas y utensilios de cocina. Sin estos equipos adecuados, sería imposible brindar un servicio de calidad y eficiencia.

Además, los equipos de refrigeración y almacenamiento son necesarios para mantener los alimentos en condiciones óptimas. Estos incluyen refrigeradores, congeladores, cámaras frigoríficas y estantes de almacenamiento. Estos equipos garantizan la conservación de los alimentos y evitan el desperdicio.

Por otro lado, los equipos de servicio son indispensables para atender a los clientes de manera eficiente. Estos pueden incluir mesas, sillas, vajilla, cubertería, cristalería, carritos de servicio y estaciones de bebidas. Estos equipos contribuyen a crear un ambiente cómodo y agradable para los comensales.

No podemos olvidar mencionar los equipos de seguridad e higiene, como extintores, cámaras de seguridad, sistemas de ventilación y equipos de limpieza. Estos elementos son cruciales para garantizar la seguridad de los empleados y clientes, así como para cumplir con las normas sanitarias.

En resumen, la inversión en equipos para un restaurante es esencial para garantizar su funcionamiento eficiente y exitoso. Si bien la lista de equipos necesarios es extensa, es importante considerar y adquirir aquellos que son fundamentales para cada área del negocio.

Los montos correspondientes a la inversión total de los equipos requeridos para el funcionamiento y actividad diaria del restaurante se pueden observar en la tabla 14.

Como se indica anteriormente, solo mencionan algunos, sin embargo, el monto corresponde a la total de inversión requerida.

Tabla 14. Cuadro 3.7. Inversión en equipos.

Inversión en Equipos		
Equipos	**Valor Total $**	**Valor en UF**
Equipos básicos de cocina	**$88.970.390**	**2459,22**
Hornos		
Refrigeración		
Equipos de limpieza		
Licuadoras		
Batidoras		
Otros		
Equipo menor	**$98.690.700**	**2727,90**
Cucharas		
Cuchillos		
Platos		
utensilios de cocina		
Otros		
Mobiliario y equipo adicional	**$33.501.486**	**926,01**
Mesas		
Sillas		
Juegos de terrazas		
Manteles - servilletas		
Kit punto de venta		
Maquina pago con tarjeta		
Computador		
Impresora		
Escritorios		
Otros		
Equipo de aseo	**$11.825.290**	**326,86**
Contenedores de basura		
Escobas		
Dispensador de jabón		
Dispensador papel higiénico		
Otros		
Total	**$232.987.866**	**6440,00**

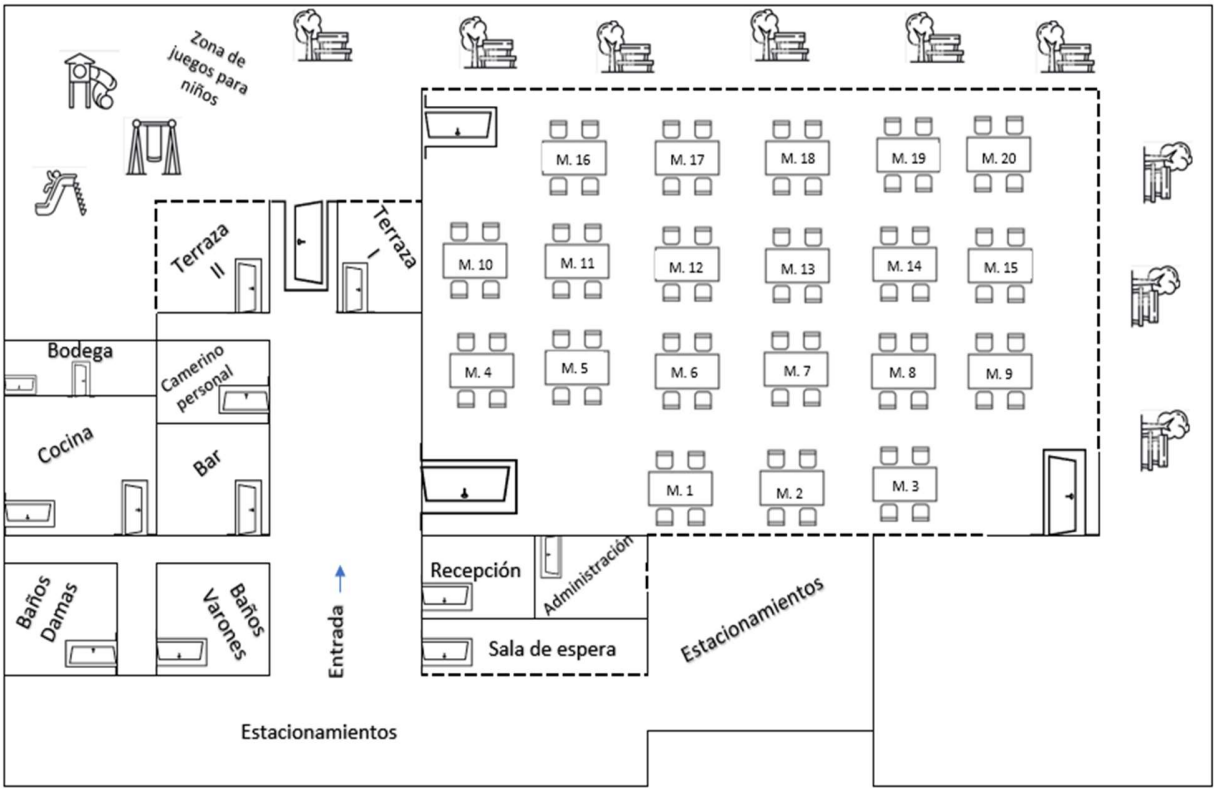
Fuente: Elaboración propia

3.4. LAY OUT

El diseño o distribución de los espacios tiene una gran importancia para el funcionamiento de un restaurante ya que:

- Permitirá optimizar los espacios y flujos operativos. Una buena distribución de cocina y salón comedor facilita la interacción eficiente entre áreas.
- Influirá en la capacidad productiva al determinar el tamaño y distribución de zonas claves como bodega, mesas, espacios recreacionales, sala de espera, etc.
- Impactara en la experiencia del cliente al determinar la comodidad, privacidad, cercanía entre mesas y la visibilidad que estas tengan.
- Ayudará a definir la cantidad de clientes que se puedan atender simultáneamente de acuerdo con el tamaño y capacidad del salón comedor.
- Facilitará el control y supervisión de los procesos operativos y atención al estar diseñado para tal fin.
- Permitirá minimizar recorridos y traslados mediante una distribución adjunta de zonas complementarias.
- Influirá en la seguridad al tener delimitadas claramente zonas de trabajo, evitando cruces y accidentes.
- Es clave para proyectar una imagen y ambiente acorde a la propuesta gastronómica fusión.

Para este proyecto, la infraestructura del restaurante estará dispuesta en un terreno de 1.000 m² y una superficie construida de 600 m² y su distribución se dará según se muestra en figura 3.8.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 12. Layout restaurante.

3.4.1. Distribución y diseño de las instalaciones.

Por las dimensiones del terreno el restaurante contará con tres espacios, el estacionamiento, el cual dispondrá de espacio para 25 autos, un espacio interno, donde se encontrarán las mesas para el consumo de productos, el bar, los baños, la recepción, cocina, la administración, bodega, camerino para el personal y un espacio exterior, donde se dispondrán de banquetas para cuatro personas cada una y dos terrazas con espacio para seis personas cada una, en las cuales los clientes podrán disfrutar de un momento de tranquilidad en una zona con árboles, pasto, juego para niños y espacio para sus mascotas.

La idea es que se dé un ambiente familiar, que luego de terminar de comer, puedan reposar y si gustan tomar algún bebestible, lo puedan hacer en el exterior del restaurante.

3.5. DETERMINACIÓN DE LOS INSUMOS Y PRODUCTOS.

La determinación de los insumos para la producción en un restaurante gourmet es de suma importancia para asegurar la calidad y consistencia de los platos que se ofrecen, así como también entregar una experiencia única a los clientes que visiten el lugar, velando por la calidad de la oferta gastronómica, así como también de la limpieza y sanidad del local. Los insumos principales de este proyecto incluirán en sus platos ingredientes frescos, especias, hierbas, carnes, pescados y mariscos, son la base de la cocina gourmet y son fundamentales para lograr sabores y presentaciones excepcionales.

La determinación adecuada de los insumos también permitirá al administrador, chefs y al equipo de cocina planificar adecuadamente las compras y evitar el desperdicio de alimentos y productos de aseo. Al conocer las cantidades necesarias de cada insumo, se pueden realizar pedidos precisos, evitando así la acumulación de productos innecesarios y se minimizarán los costos.

Otro aspecto importante de la determinación de insumos para este restaurante gourmet es la búsqueda de ingredientes únicos y de temporada. Esto permitirá ofrecer platos innovadores y sorprendentes, aprovechando al máximo los productos disponibles en cada época del año obtenidos directamente de la comuna o sus alrededores. La frescura y la exclusividad de los ingredientes utilizados serán aspectos claves para diferenciar la propuesta gastronómica en la comuna de Peñaflor.

3.5.1 Insumos de aseo

Los insumos de aseo son de alta relevancia en un restaurante por diversas razones, esto ayudará a mantener altos estándares de higiene y seguridad alimentaria, entregará imagen y reputación, dando cumplimiento a las normas sanitarias, disponiendo de una atmosfera limpia lo que generará una experiencia excepcional a los clientes.

Asimismo, el uso adecuado de productos de aseo en la limpieza de los equipos de cocina y utensilios ayuda a prolongar su vida útil y mantener su funcionamiento óptimo. Esto es especialmente importante en un restaurante gourmet, donde se utilizan equipos y utensilios de alta calidad que requieren cuidado y mantenimiento adecuados.

3.5.2 Insumos para la producción (comida y bebestible)

Tal como se ha mencionado en capítulos anteriores, este proyecto se basa en la prefactibilidad de un restaurante gourmet fusionando la comida chilena – peruana, el cual estará ubicado en la comuna de Peñaflor. El restaurante se centrará en combinar los sabores y técnicas de ambas cocinas de manera creativa, ofreciendo platos únicos que reflejan la riqueza culinaria ambos países.

En la comuna de Peñaflor y sus alrededores, encontramos pequeños y medianos productores, ganaderos, agricultores y vitivinícolas, por ende, se generará una alianza con ellos, esto nos traerá doble beneficio, el primero es que se contará con productos frescos y de calidad, así como también se fortalecerá el mercado de la zona, a lo anterior se suma que la comuna se encuentra cercana a uno de los puertos más grandes de Chile, como es el Puerto de San Antonio, desde el cual se obtendrán los productos frescos directamente del mar.

Los insumos utilizados para la preparación de los menús ofrecidos, así como la variabilidad de bebestibles adquieren suma importancia para el funcionamiento y viabilidad del restaurante, los ingredientes y productos utilizados garantizarán la excelencia en los sabores y presentación de los platos.

El restaurante se destacará por la utilización de insumos frescos, de alta calidad y su valor agregado será la adquisición de estos directamente de los agricultores y productores de la zona. Esto influirá en la variedad y creatividad de los platos que se ofrecen en el menú debido a la estacionalidad de algunos productos.

3.5.3 Insumos de oficina

Los insumos de oficina serán necesarios para llevar a cabo las diversas tareas administrativas y de gestión en el restaurante. En estos se incluye papel, lápices, carpetas, archivadores, tóner, entre otros, estos serán esenciales para llevar a cabo la elaboración de menús, la gestión de inventarios, la realización de pedidos a proveedores, la facturación y contabilidad, la comunicación interna y externa, entre otras tareas administrativas.

En base a los puntos anteriores, se puede indicar que:

La determinación adecuada de los insumos implicara seleccionar cuidadosamente los ingredientes de alta calidad y frescura. Estos ingredientes serán la base para crear platos atractivos y deliciosos. Además, al tener una lista de ingredientes definida, se facilitará la planificación de los menús y se evitará la improvisación, lo que traerá como resultado una cocina más organizada y eficiente.

Por otro lado, la determinación de los insumos de aseo es esencial para mantener la higiene y limpieza en un restaurante gourmet. La calidad y presentación de los platos no solo dependen de los ingredientes utilizados, sino también de la limpieza y sanitización de los utensilios, equipos y áreas de trabajo. Contar con los insumos adecuados, como productos de limpieza especializados, garantiza la seguridad alimentaria y la satisfacción de los clientes.

Así mismo los insumos de oficina son fundamentales para el funcionamiento mensual del restaurante, ya que permitirá llevar a cabo las tareas administrativas y de gestión de manera eficiente y efectiva garantizando un flujo de trabajo adecuado para contribuir al éxito del negocio.

Es importante tener en cuenta que la cantidad de insumos requeridos en un restaurante gourmet puede ser extensa debido a la variedad de platos y la demanda de los comensales. Sin embargo, una gestión adecuada de los inventarios y una planificación cuidadosa de las compras permiten evitar el desperdicio y maximizar la rentabilidad del negocio.

A continuación, se indica la inversión mensual en los insumos que permiten la actividad diaria del local. En las tablas 15 y 16 se mencionan algunos, pero se determina el valor total de costos.

Tabla 15. Cuadro 3.9. Gastos en Insumos mensuales para producción de menú.

Insumos comida y bebidas	Valor en $	Valor en UF
Carnes	**$19.372.571**	**535,48**
Vacuno		
Pollo		
Cerdo		
Cordero		
Otros		
Verduras y frutas	**$7.990.900**	**220,88**
Lechugas		
Tomates		
Limones		
Frutillas		
Mangos		
Piñas		
Otros		
Pescados y mariscos	**$18.470.990**	**510,56**
Salmón		
Camarones		
Atún		
Choritos		
Machas		
Otros		
Guarniciones	**$5.813.148**	**160,68**
Arroz		
Harina		
Quinua		
Quesos		
Huevos		
Encurtidos		
Otros		
Bebidas	**$15.990.890**	**442,00**
Piscos		
Vinos		
Cervezas		
Ron		
Otros		
Total	**$67.638.499**	**1869,59**

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16. Cuadro 3.10. Gastos en Insumos mensuales aseo y oficina.

Insumos aseo - oficina	Valor en $	Valor en UF
Insumos de aseo	**$4.320.336**	**119,42**
Lavaloza		
Desengrasante		
Esponjas		
Papel higiénico		
Otros		
Insumos de oficina	**$1.485.904**	**41,07**
Resmas de hojas carta - oficio		
Lápices pasta		
Notas adhesivas		
Papel impresora punto de venta		
Otros		
Total	**$5.806.240**	**160,49**

Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, al realizar resumen de gastos en cuanto a la operación, el resultado es el que se muestra en la tabla 17.

Tabla 17. Cuadro 3.11. Resumen de gastos operación.

Gasto	Total, mensual en $	Valor en UF
Insumos comestibles y bebidas	$67.638.499	1869,59
Insumos aseo	$4.320.336	119,42
Insumos oficina	$1.485.904	41,07
Total	**$73.444.739**	**2030,08**

Fuente: Elaboración propia.

3.6. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO

La flexibilidad y rendimiento de un restaurante gourmet, ya sea que esté en Peñaflor o en cualquier lugar, son aspectos fundamentales para lograr y mantener el éxito a largo plazo, esto se logra por medio de una combinación de factores, que van desde la calidad en los productos y servicio hasta una efectiva gestión del local, a esto se suma la capacidad de adaptación a las necesidades cambiantes de los clientes manteniendo los altos estándares que requiere un restaurante gourmet. No se puede desatender lo anterior, ya que esto determinará la demanda del local y la capacidad que se tendrá para cubrirla, las que se pueden identificar de acuerdo con lo siguiente:

3.6.1 Aumento de la demanda.

Para cubrir una alta demanda, el local responderá a esta por medio de una adecuada planificación que involucran acciones o estrategias por medio de:

- Reservas y turnos: El sistema de reserva, nos proporcionara una visión de la demanda de los clientes, esto ayudara a dividir el horario por turnos para distribuir a los clientes de manera uniforme con personal suficiente que cubran el servicio y mantener la calidad de este.
- Personal adicional: La gestión de reserva y las estadísticas de la demanda según fechas, horarios y días de mayor flujo de clientes, permitirá realizar acciones proactivas en cuanto a la contratación de personal adicional, para cubrir la demanda y mantener los estándares de calidad.
- Automatización y tecnología: En la actualidad se pueden acceder a software que permiten implementar estrategias efectivas, por ende, es fundamental contar con esta herramienta la que ayudara a automatizar tareas y gestionar la demanda de manera más eficiente.
- Comunicación con los clientes: Es importante mantener informados a los clientes respecto al servicio, los tiempos de espera y la duración estimada de la preparación de la comida, la comunicación efectiva y abierta con los clientes ayudara a gestionar las expectativas de los comensales.

3.6.2 Disminución de la demanda.

En tiempos de baja demanda, es importante la adaptación y la creatividad para reencantar y mantener el éxito del restaurante, para ello es primordial lo siguiente:

- Equipo de trabajo estable: Toda empresa requiere contar con personal estable para cubrir el nivel básico de la prestación de servicio, para ello, el restaurante contara con recursos humanos con contrato indefinido en todas las áreas, cocina, servicio, aseo, administración, un equipo comprometido ayudara a ofrecer un servicio de alta calidad y fomentar la retención de clientes.
- Horarios extendidos: Ampliar los horarios para incluir servicios como almuerzos, brunch o eventos especiales durante la tarde, esto atraerá clientes que no pueden visitar el restaurante durante la cena.
- Menú ajustado y control de costos: Durante los periodos de baja demanda, es importante ajustarse a los costos sin disminuir la calidad, para ello no se ofertarán los platos menos populares y se potenciarán aquellos con ingredientes más rentables, manteniendo el concepto de gourmet. De la misma manera se buscará disminuir costos operativos como por ejemplo en cuanto a la energía, uso del gas, usabilidad de los equipos, entre otros.
- Fidelización de los clientes: En épocas de baja demanda, es importante ser creativos, por ello se requiere mantener siempre interesado al público, en especial los clientes frecuentes, para lo cual, se realizarán premiación a los clientes habituales de modo de mantenerlos alentados a volver, se harán descuentos, ofertas especiales y premios sorpresas.
- Marketing en línea: Se potenciará la utilización de redes sociales, para promocionar el restaurante y llegar a una audiencia más amplia, se publicarán fotos atractivas de los platos, se compartirán mensajes y opiniones de los clientes, se publicarán historias detrás de la cocina y utilizara plataformas de reserva en línea.

En tiempos de baja demanda, es necesario la reinvención, para ello la adaptación y la creatividad son lo básico, se debe mantener una comunicación abierta con el equipo y conservar el enfoque en la calidad y la experiencia del cliente.

3.7. CONSUMO DE ENERGÍA Y SERVICIOS.

Los servicios básicos, como el agua, la luz, el gas, la electricidad, el internet y otros, son de vital importancia para el funcionamiento del restaurante. Estos servicios son esenciales para garantizar que el local pueda operar de manera eficiente y brindar una experiencia de calidad a sus clientes.

3.7.1 Electricidad.

La electricidad es de suma importancia para el funcionamiento del restaurante, este es un servicio básico que permitirá el funcionamiento de diversos equipos y sistemas necesarios para la preparación de alimentos, la conservación de ingredientes y productos, así como para brindar una experiencia cómoda y agradable a los comensales. En la actualidad la mayoría de los equipos consumen energía significativamente y deben ser eficientes desde el punto de vista energético.

En la comuna de Peñaflor, el distribuidor de electricidad es CGE, el cual dispone de un cargo fijo para clientes comerciales e industriales de $205 pesos por KWh (información disponible de la empresa). Estos valores de carga fija por KWh consumido se aplican para los clientes de Peñaflor según su tipo de tarifa eléctrica que de acuerdo con este proyecto corresponde al comercial y están sujetos a reajustes periódicos por parte de CGE.

3.7.2 Gas.

Al igual que la electricidad, el gas es de suma importancia para el funcionamiento del restaurante, ambos son fundamentales para llevar a cabo las diversas actividades de cocción y preparación de alimentos de manera eficiente y precisa.

Este insumo se utilizará en equipos de cocina, como estufas, planchas, hornos y parrillas ya que estos requieren una fuente de calor constante y controlable para cocinar los alimentos de manera uniforme y lograr los sabores y texturas deseadas en los platos gourmet que ofrecerá el restaurante ya que proporcionará una temperatura rápida y ajustable, lo que ayudará al jefe de cocina y sus ayudantes, tener un mayor control sobre el proceso de cocción. Para esto se contratarán los servicios de GASCO, el cual instalara un tanque con capacidad para 2.000 litros.

3.7.3 Consumo de agua potable.

El agua potable el agua potable es un recurso fundamental en un restaurante ya que se utiliza en la preparación de alimentos, la limpieza y desinfección, y en la oferta de bebidas aseo y limpieza del lugar. Será necesario garantizar un suministro de agua potable seguro y de calidad para mantener altos estándares de seguridad alimentaria, higiene y satisfacción de los clientes que visiten el restaurante.

El valor del agua potable en Peñaflor es fijado por la empresa Aguas Andinas, que proporciona el servicio en la zona. Para clientes comerciales como restaurantes, en el tramo de consumo de 0 a 10 m3 mensuales, el precio es de $1.291 pesos chilenos por m3. Precio por litro: $1.291 / 1000 litros = $1,3 pesos chilenos por litro, por lo tanto, el costo del agua potable para un restaurante en Peñaflor se estima en $1,3 pesos chilenos por cada litro consumido.

3.7.4 Otros servicios.

Dentro de los gastos, no se pueden omitir aquellos que son fundamentales para el desarrollo de la operación, estos son denominados “otros servicios” y que generan cargos mensuales que pueden ser desatendidos, entre los cuales se encuentra: gastos de software, telefonía, internet, páginas web.

A continuación, se muestra cuadro con los gastos y el costo total mensual que se genera para el restaurante (ver tabla 18).

Tabla 18. Cuadro 3.12. Resumen Servicios básicos (mensual).

Ítem	Valor Total $	Valor en UF
Electricidad	$810.953	22,42
Gas	$646.203	17,86
Agua potable	$974.745	26,94
Otros Servicios	$323.475	8,94
Total	**$2.755.376**	**76,16**

Fuente: Elaboración propia.

3.8. PERSONAL PARA CONTRATAR.

La contratación de personal calificado es fundamental para mantener los altos estándares de calidad y servicios de un restaurante gourmet, independiente del lugar en el cual este se encuentre. Es importante que el personal contratado tenga experiencia en la industria de los restaurantes, este formado en la preparación de platos gourmet, que tengan alta disposición y actitud de servicio, presentación personal y la capacidad de trabajar en equipo.

Para este proyecto las contrataciones son las siguientes:

- Administrador: El rol del administrador será esencial para el éxito del proyecto, por tal razón esta función será asumida por el dueño del restaurante, quien estará a cargo de realizar funciones de:
    - ✓ Gestión de recursos financieros
    - ✓ Contratación del personal
    - ✓ Control de inventario
    - ✓ Gestión de reservas y relación con los clientes
    - ✓ Dar cumplimiento a las normativas relacionadas con el rubro gastronómico
    - ✓ Mantenimiento de los estándares de calidad
    - ✓ Marketing y promociones

En resumen, el administrador será clave en la gestión y funcionamiento eficiente del restaurante, ya que deberá equilibrar los aspectos financieros, calidad culinaria, gestión del personal y servicio al cliente, esto será fundamental para el éxito del proyecto.

- Jefe de Cocina: desempeñara un rol clave en la planificación del menú, la supervisión de la cocina, la gestión de inventario y costos, el entrenamiento del personal, y la creatividad culinaria. Su experiencia y habilidades serán fundamentales para ofrecer una experiencia gastronómica excepcional y mantener la reputación del restaurante en la comunidad local. Para iniciar este proyecto, se realizará la contratación de un Jefe de Cocina, a medida que se vaya posicionando el restaurante se revisará la necesidad de contratación de otro profesional.

- Ayudante de cocina: Se contratarán dos Técnicos en Gastronomía, serán parte integral ya que estarán a disposición del Jefe de cocina y su contribución será fundamental en la preparación de alimentos, mantenimiento de la limpieza, soporte durante la entrega del servicio, colaboraran en la gestión de inventario, aportaran con ideas y sugerencias al jefe de cocina.
- Copero: Se contratará una persona la que estará a cargo de la limpieza de los utensilios de cocina, platos, copas y de mantener el aseo de la cocina. Su trabajo en la limpieza y organización, la asistencia en el servicio, el mantenimiento del inventario y la atención al detalle contribuirá a brindar una experiencia de alta calidad a los comensales. Su dedicación y habilidades son fundamentales para el éxito y la reputación del restaurante.
- Camareros/as (Garzones/as): En base a la capacidad del local, inicialmente se contratarán cinco personas, las cuales estarán a cargo de 4 mesas cada una, serán los/as responsables de atender a los clientes, tomar los pedidos, servir los platos y explicar las opciones del menú.
- Barman: Sera el responsable de la preparación de bebidas, cocteles y licores de alta calidad, así mismo será quien se preocupe de la gestión del bar. Inicialmente se contratará a un profesional de esta área, quien deberá mostrar amplia experiencia en la preparación y de brebajes, como alta disposición al servicio.
- Cajero/a: Al igual que el Administrador, la función del Cajero es crucial, puesto que estará a cargo de múltiples tareas, relacionadas con los pagos, la atención a los clientes y la coordinación con el personal de cocina y el de servicio al comunicar los pedidos, cambios en las comandas y asegurará que los alimentos y bebidas sean entregados de manera oportuna y precisa. Se contratará a un profesional de Contabilidad Administrativa.
- Personal de aseo: Son de alta importancia en la entrega de un servicio de calidad y serán los encargados de entregar a los clientes una experiencia excepcional al mantener el entorno limpio y seguro, manteniendo los estándares de higiene y presentación de alta cocina, imagen y reputación del restaurante. Inicialmente se contratará a una persona, la que unificará sus funciones con el lavaplatos.

Para revisar el detalle del perfil del personal a contratar, revisar tabla 18.

Tabla 19. Cuadro 3.13. Perfiles y sueldo.

Cargo	Número	Nivel Educacional o experiencia	Remuneración imponible	Funciones
Administrador	1	Universitario	$1.250.000	Administrar local, gestionar personal y principalmente brindar servicio a los clientes
Cajero	1	Enseñanza media completa y experiencia en el cargo	$687.617	Recibir de manos de clientes y garzones el pago del consumo y entregar caja a diario
Jefe de cocina	1	Estudios técnicos de gastronomía o vasta experiencia en el cargo	$1.120.000	Gestionar personal de cocina, abastecimiento, entrega de comandas y generar los menús diarios
Ayudante cocina	2	Experiencia comprobada o estudios técnicos	$725.000	Ayudar al jefe de cocina en la elaboración de platos y entregar las comandas
Copero	1	Enseñanza media completa	$350.000	Encargado de otorgar de forma correcta los implementos utilizados por los comensales
Barman	1	Enseñanza media completa y experiencia en el cargo	$528.509	Encargado de entregar a garzones los cocteles o bebidas demandados
Garzón	8	Enseñanza media completa y experiencia en el cargo	$600.000	Encargados de atender a clientes y mantener ordenados sus respectivas áreas
Aseo	2	Enseñanza básica completa	$560.000	Encargado de la limpieza del local

Fuente: Elaboración propia.

En tabla 19, se desglosa el detalle del personal a contratar, el monto de su remuneración imponible y el total a pagar.

Tabla 20. Cuadro 3.14. Detalle personal y sus remuneraciones.

Cargo	Número	Remuneración imponible	Total $	Valor UF 36.178,24	Total, en UF mensual
Administrador	1	$1.250.000	$1.316.750	36	437
Cajero	1	$687.617	$724.336	20	240
Jefe de cocina	1	$1.120.000	$1.179.808	33	391
Ayudante cocina	2	$1.450.000	$1.527.430	42	507
Copero	1	$528.509	$556.731	15	185
Barman	1	$850.000	$895.390	25	297
Garzón	8	$4.800.000	$5.056.320	140	1.677
Personal de aseo	2	$1.120.000	$1.179.808	33	391
Total	**17**	**$11.806.126**	**$12.436.573**	**344**	**4.125**

Fuente: Elaboración propia.

El detalle de gastos en tabla 20, es para personal con contrato indefinido, para ello es necesario establecer el seguro de cesantía el cual corresponde al 3% de la remuneración imponible mensual, junto a esto se debe considerar el Seguro de Invalidez y Sobrevivencia (SIS), el cual corresponde a 1,88%. Ambos datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Pensiones, los están vigentes desde julio 2023. No se debe desconsiderar la obligatoriedad del pago de las Leyes Sociales, el cual asciende al 17% de la remuneración y se compone de 7% salud, 10% Fondo de pensiones (AFP), así como el pago del seguro contra accidentes, el cual de acuerdo con él a la ley N°16.744 corresponde a 0,95% (ver tabla 20).

Tabla 21. Cuadro 3.15. Gasto total mensual en remuneraciones.

Cargo	Cantidad	Remuneración imponible	Seguro cesantía 2.4%	Seguro de accidentes 0.95%	SIS 1.99%	Total $	UF 36.178,24	Total, en UF mensual
Administrador	1	$1.250.000	30.000	$11.875	$24.875	$1.316.750	36	437
Cajero	1	$687.617	16.503	$6.532	$13.684	$724.336	20	240
Jefe de cocina	1	$1.120.000	26.880	$10.640	$22.288	$1.179.808	33	391
Ayudante cocina	2	$1.450.000	34.800	$13.775	$28.855	$1.527.430	42	507
Copero	1	$528.509	12.684	$5.021	$10.517	$556.731	15	185
Barman	1	$850.000	20.400	$8.075	$16.915	$895.390	25	297
Garzón	8	$4.800.000	115.200	$45.600	$95.520	$5.056.320	140	1677
Aseo	2	$1.120.000	26.880	$10.640	$22.288	$1.179.808	33	391
Total	**17**	**$11.806.126**	**283.347**	**$112.158**	**$234.942**	**$12.436.573**	**344**	**4125**

Fuente: Elaboración propia.

La determinación del gasto total mensual en remuneraciones es fundamental para el éxito financiero y la gestión eficiente del restaurante. Permitirá controlar los costos, realizar una planificación financiera adecuada, establecer precios competitivos, gestionar eficientemente el personal y cumplir con las obligaciones legales. Estos aspectos son esenciales para mantener la rentabilidad y el funcionamiento óptimo del local.

3.9. INVERSIONES EN EQUIPOS Y EDIFICACIONES.

Las inversiones en equipos y edificaciones para un restaurante gourmet, tiene relación con los gastos afectos con la adquisición, instalación y mantenimiento de activos físicos que son necesarios para la operatividad del local, estas inversiones son esenciales para la efectividad y éxito a largo plazo del proyecto (ver tabla 21).

3.9.1 Inversión en equipos.

La inversión en equipos es esencial para el funcionamiento eficiente y exitoso de un restaurante ya que contribuirá a la eficiencia operativa, la calidad de los productos, la seguridad alimentaria y la rentabilidad a largo plazo. Una inversión adecuada en equipos garantiza un mejor desempeño general y una experiencia satisfactoria tanto para los empleados como para los clientes del restaurante.

Tabla 22. Cuadro 3.16. Inversión en equipos.

Equipos	Total en $	Total en UF
Equipos básicos de cocina	$88.970.390	2.459,22
Equipo menor de cocina	$98.690.700	2.727,90
Mobiliario y equipo adicional	$33.501.486	926,01
Equipo de aseo	$11.825.290	326,86
Total, inversión en equipos	**$232.987.866**	**6.440,00**

Fuente: Elaboración propia.

Los valores de la tabla 22, se obtuvieron en base a cotizaciones realizadas en diferentes empresas que ofrecen sus productos vía web y quienes cuentan con la disponibilidad de los equipos y el servicio al momento de ser requeridos.

A lo anterior se suma que la elección e inversión en quipos se hizo considerando las necesidades del restaurante, la calidad y durabilidad de los equipos, eficiencia energética (uso a gas y eléctrico), adaptabilidad y escalabilidad, es decir, que sean adaptables y escalables a medida que el restaurante crezca y que los proveedores dispongan de mantenimiento regular de los equipos adquiridos, esto prolongará la vida útil de los equipos y garantizará su funcionamiento óptimo.

3.9.2 Inversión en edificación.

La inversión en edificación considera los recursos necesarios para el acondicionamiento y habilitación del local seleccionado, el cual cuenta con una superficie total de 1.000 m2, de los cuales 600 m2 están construidos y distribuidos en: sala de recepción, sala de espera, oficina de administración, un salón principal, bar, cocina, bodega, baños, dos terrazas y camerino para el personal.

El local elegido para el restaurante ya se encuentra construido, sin embargo, para adaptarlo a los requerimientos de este proyecto, se requiere de las siguientes inversiones:

- Obras civiles: comprende trabajos de albañilería, tabiquería interior, pisos, pintura, entre otros por un monto estimado de $6.750.300.
- Instalaciones eléctricas: incluye circuitos, luminarias, tableros de distribución, entre otros, con un presupuesto aproximado de $5.900.000.
- Otras partidas menores: cerrajería, vidrios, terminaciones, jardinería, por un monto de $3.790.200.
- Mes de arriendo y garantía, por un monto de $2.500.000.

De esta forma, la inversión total proyectada en edificación para la habilitación del local es de $18.940.500 aproximadamente, este monto permitirá dejar el restaurante en condiciones óptimas de infraestructura para su operación.

Es importante destacar que la inversión en la edificación de un restaurante en Peñaflor es esencial para crear un espacio atractivo, funcional y seguro. Una estructura bien diseñada contribuirá a la atracción de clientes, mejorara la eficiencia operativa, brindará una experiencia satisfactoria a los comensales y ayudara a construir una imagen de marca sólida. Además, representa una inversión a largo plazo lo que puede incrementar el valor del negocio. Una edificación bien planificada y diseñada puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso del restaurante.

3.10. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.

El Capital de trabajo o también conocido como capital circulante, es la cantidad de recursos financieros que utiliza la empresa para financiar la operación diaria y cubrir obligaciones a corto plazo, en otras palabras, es la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. La gestión adecuada del capital de trabajo es crucial para asegurarse de que una empresa pueda operar de manera eficiente y cumplir con sus obligaciones financieras.

En el capital de trabajo encontramos los siguientes gastos (ver tabla 23).

Tabla 23. Cuadro 3.17. Gastos Capital de trabajo.

Ítem	Valor Total $	Valor en UF
Insumos de oficina	$1.485.904	41,07
Insumos de aseo	$4.320.336	119,42
Insumos preparación comida - bebestibles	$67.638.499	1869,59
Servicios básicos (luz, agua, gas, otros servicios)	$2.755.376	76,16
Remuneraciones	$12.436.573	343,76
Total	**$88.636.688**	**2450,00**

Fuente: Elaboración propia.

El capital de trabajo representa la liquidez de la empresa y su capacidad para financiar la operación diaria sin acudir a financiamiento externo como préstamos, este se determinará por medio del flujo de caja mensual. Para el presente proyecto, de manera inicial se determinó como Capital de trabajo, los costos operativos de la empresa y se muestran en tabla 23.

Así como lo anterior, también serán considerados los gastos variables, para un restaurante, estos fluctúan según la producción y venta, por lo tanto, dependerán del flujo de clientes, cantidad de alimentos, bebidas consumidos y al costo de los productos de acuerdo con la temporada, por lo tanto, los ingresos estarán dados de acuerdo con la demanda esperada para el primer año (12.516) el cual será multiplicado por el consumo promedio por cliente $25.000, esto nos arroja un ingreso anual de $312.905.598.

3.11 COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.

La inversión en el costo de instalación y puesta en marcha de un restaurante en Peñaflor es esencial para garantizar el cumplimiento normativo, contar con una infraestructura adecuada, brindar una experiencia satisfactoria a los clientes y mejorar la eficiencia operativa.

El proyecto de tendrá los siguientes costos de instalación y puesta en marcha (ver tabla 24).

Tabla 24. Cuadro 3.18. Costos puesta en marcha.

Ítem	Valor Total $	Valor en UF
Escritura sociedad	$200.900	5,55
Derechos Notariales	$285.445	7,89
Inscripción en Registro de comercio	$316.979	8,76
Patente comercial	$270.990	7,49
Tramitación cuenta pequeña empresa	$245.000	6,77
Inversión en edificación	$18.940.500	523,53
Total	**$20.259.814**	**$560**

Fuente: Elaboración propia.

3.12 COSTOS DE IMPREVISTOS

Los gastos de imprevistos son aquellos que no están considerados o planificados y aparecen de manera fortuita, por lo tanto, para que el restaurante mantenga su operación de manera normal, se ha establecido un 5% en relación con la inversión inicial (ver tabla 25).

Tabla 25. Cuadro 3.19. Costos de imprevistos.

Detalle	Total en $	Total en UF
Inversión + gastos puesta en marcha	**$253.247.680**	**7.000**
Imprevistos (5%)	$12.662.384	350

Fuente: Elaboración propia.

3.13 INVERSIÓN TOTAL

La inversión total analizada para el restaurante que se ubicara en Peñaflor, se hizo pensando en el éxito y funcionamiento adecuado del negocio. Esta inversión abarca todos los gastos necesarios para establecer y operar el restaurante, incluyendo la adquisición o alquiler del local, la compra de equipos y mobiliario, la contratación de personal, el diseño y decoración del espacio, entre otros.

A continuación, se muestra en detalle los valores que conlleva la puesta en marcha del restaurante gourmet en la comuna de Peñaflor (tabla 26).

Tabla 26. Cuadro 3.20. Inversión total.

Inversión	Monto CLP	Monto UF
Activos	$232.987.866	6440
Capital de Trabajo	$88.636.688	2450
Gasto de Puesta en Marcha	$20.259.814	560
Inversión Total	**$341.884.368**	**9450**
Imprevistos (5%)	$12.662.384	350
Total Inversión	**$354.546.752**	**9800**

Fuente: Elaboración propia.

La inversión en un restaurante de acuerdo con la categoría de inversión indicada en tabla 26, tendrá un efecto económico positivo para la comuna y sus alrededores, ya que generará empleo, estimulará la economía local, aumentará la recaudación de impuestos, impulsará el turismo y beneficiará a otros negocios locales.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL.

4. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL.

Para darle un carácter formal a la prefactibilidad técnica en la creación de un restaurante u/o empresa se debe realizar el análisis administrativo, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental, la principal idea es realizar un detalle la de la estructura orgánica, la societaria y el sistema tributario reinante en el país todo englobado con un marco legal vigente.

4.1. ADMINISTRATIVA

Para llevar a buen puerto el proyecto se hace necesario observar y delinear aspectos importantes en la administración tales como el objetivo general y los específicos, la estructura organizacional la misión, visión y con ello la Planificación estratégica donde se entregarán claramente los lineamientos, se establecerán indicadores de desempeños, metas, capacitaciones y todo esto para que el restaurante tenga éxito y el personal se compenetre con el servicio

4.1.1 Personal

El recurso humano es uno de los bienes no materiales primordiales en cualquier actividad a desarrollar, pero en un restaurante es clave, dicho recurso debe ser elegidos con las mejores características en relación a los puestos de cada uno, por ejemplo el o la recepcionista debe ser una persona que en sus cualidades sea amable, empática, cordial, los garzones por su parte serán personas con iguales cualidades, pero además tendrán experiencia en estas labores, es por ello que la contratación de personas será un proceso sensible pero de gran valor en el desarrollo de este proyecto. Es importante destacar que existen variadas labores dentro de la administración de un restaurante y es por ello por lo que se hace fundamental separar las áreas con el propósito de ser lo más eficiente posible en el desarrollo de las actividades propias de este tipo de negocios, es por ellos que debemos distinguir dos grupos de personas que laboran y de los cuales desde sus diferentes veredas son muy importantes, la subdivisión se realiza para comprender la estructura orgánica.

El primer grupo estará comandado por el personal administrativo dichos funcionarios estarán a

cargo de la operación logística del local, compras de insumos vegetales, frutas, vinos carnes, pescados, etc., adquisición de bienes, pago de remuneraciones, mantención, pago de proveedores, turnos de personal, reservas, es decir, la logística para que el personal operativo pueda hacer y ofrecer un servicio de calidad.

Segundo grupo batallón operativo, este grupo es muy importante y trascendental en la operación del local, porque son los que estarán a cargo del contacto directo con los comensales o clientes, son los que deben brindar la excelencia en la atención desde la recepción hasta el final del proceso, son los encargados de brindar una experiencia memorable y en este grupo se encuentran, recepcionista, garzones, ayudantes de garzones, chef, cocineros, lavanderos, acomodadores de vehículos.

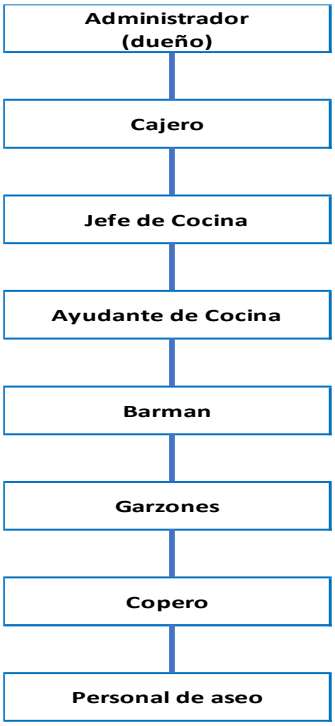
Al ser un restaurante nuevo las actividades de planificación, coordinación, logística y de gestión estarán a cargo del dueño quien realizará las actividades de administración en conjunto con el primer equipo antes detallado, esta figura será evaluada al cabo de un año para ver si es rentable la contratación de un administrador no dueño.

4.1.2 Estructura organizacional

La importancia de definir una estructura organizacional adecuada en un restaurante permitirá:

- Establecer una clara distribución de funciones y responsabilidades para cada carga y área del restaurante.
- Facilita la coordinación entre áreas interdependientes como cocina, servicio y administración.
- Proyecta una imagen sólida de la empresa tanto interna como externamente.
- Optimiza la toma de decisiones al delimitar facultades y responsabilidades de cada directivo de área.
- Reducir los costos de gestión al definir procesos, flujos de trabajo y relaciones de autoridad entre los cargos.
- Entre otros.

A continuación, se presenta propuesta de estructura organizacional del tipo piramidal para el proyecto de restaurante gourmet fusión chileno-peruano en la comuna de Peñaflor. Los flujos de autoridad y comunicación siguen el orden jerárquico de arriba hacia abajo, en la parte superior está el Administrador, responsable de la dirección, planificación estratégica y control del restaurante (ver figura 4.1).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Estructura organizacional del tipo piramidal.

4.1.3 Software de administración.

En los tiempos que corren se hace indispensable un software para la administración del local en relación a todos los puntos administrativos, remuneraciones, contabilidad, análisis financieros, flujos de cajas, ventas, inventarios, etc., el software elegido es DEFONTANA para estas labores, en relación a la obtención y administración de mesas, comandas se explorara un software gratuitos en el primer año como es LOYVERSE, el cual entrega gestión de pedidos, facturación, cocina y consultas de inventarios, con este podremos determinar el stock directo en relaciona a las ventas.

4.1.4 Personal administrativo.

Cargo administrador

En relación al cargo de administrador y en el inicio del proyecto esta función será realizada por el dueño de igual forma se entregara una renta con el propósito de entregar viabilidad al proyecto y sus funciones principales estarán dadas principalmente en gestionar todas las variables relacionadas con el personal, con el propósito de generar un ambiente ameno entre todos con la única meta directa de atender con alta calidad a los comensales que visitaran el establecimiento., cabe hacer presente que posteriormente y en virtud del éxito del local se va a requerir un profesional con estudios de administración profesional o técnico y los más importante con experiencia en el rubro gastronómico.

4.2 LEGAL

En cuanto a la legalidad de un restaurante es igual a la constitución de cualquier otra empresa con la excepción de las normas sanitarias que la rigen y de las cuales están a cargo de su fiscalización por el ministerio de salud y específicamente la secretaria ministerial regional, además de las leyes sociales de sus trabajadores e impuestos.

4.2.1 Marco legal vigente nacional

- Marco Legal Nacional

El marco legal de un restaurante y luego de explorar todas las sociedades que existen en Chile y las cuales son:

- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L).
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda.).
- Sociedad por Acciones (S.p.A.).
- Sociedad Anónima Cerrada (S.A.).
- Sociedad Anónima de Garantía Recíproca (S.A.G.R.).
- Sociedad Colectiva Comercial (SCC).
- Sociedad en Comandita Simple (SCS).

Al realizar el análisis exhaustivo los tipos de sociedades y de acuerdo a la envergadura del proyecto se decidió utilizar la Sociedad de Responsabilidad Limitada, la razón se fundamenta en que es una sociedad de personas en que los socios o dueño único responden hasta el máximo de sus aportes, con esto el capital patrimonial no se vería afectado en caso de fracasar el negocio en este caso el restaurante, es importante distinguir que de igual forma que otras debe constar con escritura pública, el extracto debe inscribirse en el registro de comercio y publicarse en el diario oficial.

La constitución de la empresa en este caso restaurante se realizará a través del medio simplificado que tiene el Servicio de Impuestos Internos en adelante (SII), es por ello por lo que, para obtener el RUT, se deberá iniciar actividades, ser constituidas, modificadas, fusionadas, divididas, transformadas, terminadas o resueltas, según sea el caso, a través de la suscripción de un formulario por el constituyente, es un método alternativo que coexiste con el tradicional.

Para la obtención del RUT el Servicio de Impuestos Internos asignará, sin más trámite, un rol único tributario a toda persona jurídica que se constituya conforme al acto de incorporación al registro, en el mismo formulario de constitución se podrá solicitar al SII el inicio de actividades y el timbraje de documentos tributarios.

Es por ello y en virtud de lo descrito el restaurante estará en la categoría de PYME (pequeña y mediana empresa) ya que, según el ministerio de economía, una empresa pequeña es la que vende productos o servicios por valores entre 2.400 UF y 25 mil UF.

Otro aspecto para considerar es la resolución sanitaria, entregada por la seremi de salud de la región metropolitana y que autoriza el funcionamiento de todas las instalaciones que producen, elaboran, preservan, envasan, almacenan, distribuyen y/o expenden alimentos o activos alimentarios. Dicho trámite es exigido por las municipalidades a la hora de sacar la patente comercial, además de los tramites TE1 (instalación interior eléctrica) y TC6 (instalación interior de gas) exigido por la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC)

El obtener la resolución sanitaria significa tener un permiso legal para funcionar en regla, entrega confianza a los clientes al estar certificado por la autoridad sanitaria y permite entrar a la industria de los restaurantes.

4.2.2 Legislación importante del proyecto.

Para la materialización del proyecto es necesario contemplar y evaluar las diferentes legislaciones que intervienen en la creación de un restaurante y que guardan relación con la puesta en marcha de un local que expenderá alimentación y tendrá trabajadores contratados.

- Código del trabajo. D.F.L 1. 2003
- Resolución sanitaria.
- Resolución de venta de alcoholes entregada por la municipalidad.
- Ley N°19.857 del 2005 regula la E.I.R.L. C
- Ley 16.744 Accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.
- Resolución sanitaria.
- Resolución de venta de alcoholes entregada por la municipalidad.
- Ley N°19.857 del 2005 regula la E.I.R.L.

4.2.3 Incentivos

El mayor incentivo del proyecto es la innovación y con eso la diferenciación de los restaurantes de la zona e incluso del país, esto involucra dar una nueva mirada gastronómica incluyendo principalmente a la familia en su conjunto, desde los niños y por sobre todo a nuestros adultos mayores quienes actualmente son preponderantes en la actividad del país dado su gran número creciente.

4.2.4 Aspectos laborales

En relación con el proyecto y sus trabajadores estos estarán regidos por el código del trabajo tal como fue señalado en los puntos anteriores y el motivo principalmente es que ellos como el principal activo se sientan en conformidad y respetados sus derechos en plenitud y que exista un respeto mutuo con el dueño y la gente de confianza a fin de que ellos se involucren en el crecimiento de la empresa y sean parte de las ganancias del local. Los aspectos para considerar es su remuneración, comisiones, jornada laboral, horas extras, vacaciones, etc.

4.3 SOCIETARIA.

El tipo de sociedad se encontrará dada por la protección de los activos del propietario, vale decir, arriesgar el patrimonio incluido en el proyecto.

4.3.1 Estructura societaria

La estructura societaria indicada anteriormente es una empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L), por lo que la administración, gestión y estrategia estará a cargo del dueño principalmente en sus inicios con el propósito de no tener gastos extras de personal sensible en el inicio.

Las empresas de responsabilidad limitada jurídicamente están formadas por una persona natural la cual entrega un capital propio sin afectar su patrimonio total, la idea es una salvaguarda en caso de que el proyecto fracase, al igual que cualquier actividad comercial se regirá por las normas del todos los códigos involucrados en esta industria, como es el de comercio.

4.3.2 Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria

El gasto comprendido en la materialización del tipo de sociedad y lo que dará inicio al proyecto específicamente estarán contemplados en notaria, gastos de locomoción, firma electrónicas escrituras y pagos menores (ver tabla 27).

Tabla 27. Cuadro 4.3. Gasto estructura societaria.

Gastos de Constitución e Inscripción de la E.I.R.L	
Ítem	Costo
Escritura	$ 310.072
Legalización	$ 163.450
Publicación Diario Oficial	$ 485.550
Inscripción registro de comercio	$ 64.728
Total	**$ 1.023.800**

Fuente: Elaboración propia.

4.4. TRIBUTARIA

En relación con la gestión tributaria del proyecto en la creación y puesta en marcha de un restaurante serán especificados en el sistema tributario que de igual forma son los establecidos en la legislación vigente en esta área comercial e industrial.

4.4.1 Sistema tributario

De acuerdo con el estudio y prefactibilidad analizada y el tipo de sociedad, el restaurante se encuentra en las empresas que tributan en primera categoría es por ello por lo que está regida por las leyes números 824 y 825 emanadas del ministerio de economía y bajo la fiscalización del Servicio de Impuestos Internos de Chile.

4.4.2 Mecanismo de determinación de impuesto

Los impuestos relativos al giro del restaurante son los relacionados a las ventas y compras de un mes y las cuales se llevan en el software de fontana anteriormente descrito, dicho montos serán dados y pagados mes a mes.

Impuesto a las ventas y servicios IVA

El Impuesto a las Ventas y Servicios grava la venta de bienes y prestaciones de servicios que define la ley del ramo, efectuadas entre otras, por las empresas comerciales, industriales, mineras, y de servicios, con una tasa vigente a contar del 1 de enero de 1998 del 18%. A partir del 1 de octubre de 2003 dicho tributo se aplica con una tasa del 19%. Este impuesto se aplica sobre la base imponible de ventas y servicios que establece la ley respectiva. En la práctica tiene pocas exenciones, siendo la más relevante la que beneficia a las exportaciones.

El Impuesto a las Ventas y Servicios afecta al consumidor final, pero se genera en cada etapa de la comercialización del bien. El monto para pagar surge de la diferencia entre el débito fiscal, que es la suma de los impuestos recargados en las ventas y servicios efectuados en el período de un mes, y el crédito fiscal. El crédito fiscal equivale al impuesto recargado en las facturas por la adquisición de bienes o utilización de servicios y en el caso de importaciones el tributo pagado por la importación de especies.

El Impuesto a las Ventas y Servicios es un impuesto interno que grava las ventas de bienes corporales muebles e inmuebles, excluidos los terrenos y también la prestación de servicios que se efectúen o utilicen en el país. Afecta al Fisco, instituciones semifiscales, organismos de administración autónoma, municipalidades y a las empresas de todos ellos o en que tengan participación, aunque otras leyes los eximan de otros impuestos.

Si de la imputación al débito fiscal del crédito fiscal del período resulta un remanente, éste se acumulará al período tributario siguiente y así sucesivamente hasta su extinción, ello con un sistema de reajustabilidad hasta la época de su imputación efectiva. Asimismo, existe un mecanismo especial para la recuperación del remanente del crédito fiscal acumulado durante seis o más meses consecutivos cuando éste se origina en la adquisición de bienes del activo fijo. Finalmente, a los exportadores exentos de IVA por las ventas que efectúen al exterior, la Ley les concede el derecho a recuperar el IVA causado en las adquisiciones con tal destino, sea a través del sistema ya descrito o bien solicitando su devolución al mes siguiente conforme a lo dispuesto por el D.S. N° 348, de 1975, cuyo texto definitivo se aprobó por D.S. N° 79 de 1991 (extraído de SII).

Impuesto a la renta de primera categoría: Este impuesto grava las rentas provenientes del capital, es directo y desde el 2020 corresponde al 27%, con relación a su aplicación esta recae sobre el conjunto de rentas percibidas o devengadas por la empresa durante el periodo tributario definido (extraído de SII).

4.5 FINANCIERA

En relación con este punto el estudio del proyecto deberá entregar con mayor precisión y detalle las fuentes de financiamiento y las instituciones bancarias donde se podrá optar a los créditos para la viabilidad del restaurante.

4.5.1 Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento son innumerables y existen desde las privadas como también públicas, para un mejor enfoque de este estudio nos centraremos solo en las bancarias las cuales

después del año 1980 con la debacle de la banca y su resurgimiento con ayuda del estado, actualmente cuentan con prestigio y un destacado respaldo internacional y nacional, en Chile existen variadas instituciones y todas regidas por la Superintendencia de bancos, ahora bien para que una de estas instituciones preste los recursos a una empresa naciente debe tener los respaldos necesarios exigidos.

4.5.2 Inversionistas

Para el estudio de factibilidad de este restaurante las formas de financiamiento que se analizarán serán las siguientes:

- Financiamiento Puro, es decir, con dineros provenientes del dueño y sin adquirir deuda en la banca.
- Financiamiento con 85% propio y 15% con deuda externa.
- Financiamiento con el 50% del capital propio y 50 % crédito.
- Financiamiento con préstamo del 25% propio y 75 % de la banca.

4.5.3 Instituciones crediticias

Las entidades crediticias que se estudiarán serán Banco Chile y Banco Estado, dichas empresas son las que actualmente cuentan con las mejores tasas del mercado con relación a financiar nuevos proyectos y cumplen a su vez con diversos fondos prestables a nuevos clientes

4.5.4 Costos de financiamiento.

El costo de financiamiento hace referencia a la tasa de interés o rendimiento que se debe pagar por obtener recursos monetarios prestados o crediticios para desarrollar un proyecto de inversión, en este caso, la implementación de un restaurante gourmet en la comuna de Peñaflor.

Para este proyecto en caso de elegir una de las opciones con crédito, es decir con el 25, 50 o 75% de préstamo, esto se obtendrá por medio del banco Chile dado que tiene mejores tasas para la inversión en medianas empresas, como es este caso, además los trámites burocráticos son menores, este a su vez ofrece una tasa anual de 12%.

4.6. AMBIENTAL

La normativa chilena con relación a los restaurantes no fija ninguna norma, es por eso por lo que en este estudio no será relevante a pesar de que el negocio será muy celoso en la gestión eficiente de los desechos y de los riles de operación

4.6.1 Impacto medio ambiente

Las actividades de un negocio como un restaurante no generan impactos ambientales legales, o no están definidos por la normativa, a pesar de eso se realizarán por cuenta propia. Las operaciones que se realizaran en el desarrollo del proyecto en estudio no generan impactos medio ambientales, por lo que este punto no será una problemática ni provocará restricciones para el restobar.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación económica es de gran importancia para determinar la viabilidad del proyecto, es por esto por lo que en este capítulo se podrá determinar numéricamente la rentabilidad de implementar la propuesta gastronómica en la zona, calculando indicadores como VAN, TIR, relación beneficio/costo, punto de equilibrio, período de recuperación de la inversión, entre otros. Estos indicadores entregaran de manera cuantitativa si el proyecto es viable y si crea valor tanto para el inversionista como para la comuna, fundamentando así la realización del trabajo de investigación, además proporcionará una base numérica realista respecto a montos de inversión inicial, capital de trabajo, ingresos, egresos y flujos de caja proyectados mensualmente para el horizonte de 5 años del proyecto.

En síntesis, la evaluación económica es indispensable para validar en esta tesis que esta innovadora propuesta gastronómica es viable de desarrollar en Peñaflor tanto operativa como financieramente.

5.1 CONSIDERACIONES PARA UTILIZAR

5.1.1 Horizonte del proyecto

Es importante determinar un horizonte temporal, para este caso, se estableció una evaluación de 5 años, esto permitirá verificar la rentabilidad en el mediano plazo una vez estabilizada la operación del negocio.

5.1.2 Tasa de Descuento

La tasa de descuento representa el costo de oportunidad del capital invertido en el proyecto, con esta se puede calcular el valor actual de los flujos de fondos que se obtendrán en el futuro, es decir, permite verificar el coste de oportunidad de un proyecto y ver si la inversión es conveniente o no. Para realizar el cálculo de esta, se utilizó la siguiente fórmula.

$$kd = Rf + \beta\ (Rm - Rf)$$

Donde:

Kd: corresponde a la tasa de descuento.

Rf: es la tasa libre de riesgo (bonos del estado).

β: Coeficiente de riesgo sistemático promedio de la industria de restaurantes.

Rm: es la tasa de rentabilidad del mercado.

Calculo Tasa de Descuento

- **Beta (β)**: También conocido como el coeficiente de riesgo sistemático, es un indicador que mide la volatilidad de los retornos de una acción o industria en comparación a la variabilidad promedio del mercado.

  Según bases de datos especializados como Bloomberg y Damodarán, quienes rastrean compañías cotizadas representativas del sector a nivel global, la beta promedio entre 2018 y 2022 para un grupo representativo de empresas del sector gastronómico en Estados Unidos es de 1,41[1] (ver tabla 28). (Damodaran, 2023).

  Al no existir en Chile empresas gastronómicas en Chile que coticen en la Bolsa de valores, se utilizara como referencia la beta apalancada de Estados Unidos.

Tabla 28. Cuadro 5.1. Beta sector Restaurante (EE. UU.).

Nombre de la industria	Número de empresas	Beta promedio sin apalancamiento	Beta apalancada promedio	Correlación media con el mercado.	Beta total sin apalancamiento	Beta apalancada total
Restaurante/Comedor	70	1.17	1.41	34,72%	3.36	4.06

Fuente: https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/totalbeta.html.

- **Tasa libre de riesgo (*Rf*)**: La tasa libre de riesgo es un parámetro importante para estimar la tasa de descuento en la evaluación de proyectos. La tasa libre de riesgo (Rf) corresponde al retorno de instrumentos financieros prácticamente libres del riesgo de default o no pago, para este caso se utilizará como referencia los bonos del Banco Central. (Banco Central, 2023).

[1] Datos utilizados a enero 2023.

Según la Bolsa de Comercio de Santiago, el rendimiento promedio al 2023 de los bonos del Banco Central de Chile a 10 años plazo es de 1,42% en términos reales, luego de descontar la inflación (ver tabla 29).

Es importante considerar la tasa libre de riesgo en Chile para estimar correctamente el costo de oportunidad del capital a invertir en el ámbito gastronómico.

Tabla 29. Cuadro 5.2. Tasa libre de riesgo.

Tasas de interés mercado secundario, bonos, en UF (porcentaje)											
Descripción series	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**Promedio**
Bonos en UF a 10 años (BCU, BTU)	2,36	1,75	1,46	1,42	1,43	1,68	0,77	0,03	1,21	2,06	**1,42**

Fuente: Elaboración propia con información del Banco Central.

- **Tasa rentabilidad del mercado (*Rm*)**: La Tasa de Rentabilidad del Mercado (Rm) refleja cuál ha sido históricamente la rentabilidad promedio obtenida por un inversionista por participar en el portafolio diversificado del mercado de valores local (bolsa de acciones). De acuerdo con la información obtenida desde el Banco Central, el promedio para los últimos 10 años ha sido de 3,04% real anual (ver tabla 30).

Tabla 30. Cuadro 5.3. Tasa Rentabilidad del mercado.

Var c/r al período anterior											
Descripción series	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**Promedio**
IPSA (índice enero 2003=1000)	-14,0	4,1	-4,4	12,8	34,0	-8,3	-8,5	-10,5	3,1	22,1	**3,04**

Fuente: Elaboración propia con información del Banco Central.

Con todos los datos anteriores, ya se puede realizar el cálculo de la tasa de descuento que se utilizará en este proyecto, por lo que:

$$kd = Rf + \beta\ (Rm - Rf)$$

$$Kd = 1{,}42\% + 1{,}42 * (3{,}04\% - 1{,}42\%)$$

Kd= 3,71%

El resultado que arroja la tasa de descuento por medio del cálculo de CAPM, si bien es positivo, para el nivel de ingresos que se estiman en este proyecto, es bajo, esta tasa de interés no sería atractiva para los inversionistas, por tal razón se decide realizar el cálculo sumando la tasa libre de riesgo entregada por el banco Central (1,42%) y la prima por riesgo que se considera en la evaluación de proyectos (ver tabla 31).

Tabla 31. Cuadro 5.4. Prima por riesgo.

Nivel de riesgo	Prima por riesgo	Ejemplos
Alto	Sobre 20%	Desarrollo de nuevos productos
		Proyectos que usan conceptos muy novedosos
		Contratos internacionales
Mediano	10%-20%	Proyectos algo fuera del giro de la empresa
		Procesos nuevos que no han sido completamente investigados
Promedio	5%-10%	Incremento de la capacidad de producción
		Implementación de una nueva tecnología conocida
		Proyectos con información de mercado incompleta
Bajo	1%-5%	Mejoramiento de la productividad
		Expansiones en un mercado en donde es líder y lo conoce bien
Muy bajo	0%-1%	Reducción de costos
		Proyectos relativos de seguridad

Fuente: Documento evaluación de Proyectos.

Considerando lo anterior, la nueva tasa de descuento sería la siguiente:

- ✓ Promedio Tasa libre de riesgo: 1,42%
- ✓ Prima por riesgo (mediano) “Procesos nuevos que no han sido completamente investigados”: 12%
- ✓ **Tasa de descuento a utilizar: 13,42%**

5.1.3 Moneda a utilizar

Al ser un proyecto que se desarrollara en el territorio nacional, la moneda a utilizar y con la que se ha trabajado los datos en capítulos anteriores, corresponde a la Unidad de Fomento (UF), cuyo valor al 14 de septiembre del 2023 ascendía a $36.178,24.

5.1.4 Impuestos

El Impuesto a la Renta de Primera Categoría corresponde al gravamen que debe pagar anualmente una empresa sobre la base de las utilidades o rentas líquidas imponibles que haya generado producto del giro del negocio.

De acuerdo con lo mencionado en el capítulo cuarto de este proyecto, en el cual se indica que el impuesto a cobrar se califica como primera categoría y corresponde a 27%, esto significa que al final de cada año se deberá reservar caja para pagar este impuesto sobre las utilidades proyectadas, lo cual disminuirá los flujos de efectivo disponibles para retirar o reinvertir en el negocio (ver figura 14).

Año Tributario	Año Comercial	Tasa	Circular SII
2002	2001	15%	N° 44, 24.09.1993
2003	2002	16%	N° 95, 20.12.2001
2004	2003	16,5%	N° 95, 20.12.2001
2005 al 2011	2004 al 2010	17%	N° 95, 20.12.2001
2012 al 2014	2011 al 2013	20%	N° 63 30.09.2010, N° 48 19.10.2012
2015	2014	21%	N° 52, 10.10.2014
2016	2015	22,5%	N° 52, 10.10.2014
2017	2016	24%	N° 52, 10.10.2014
2018 y sgtes.	2017 y sgtes.	25%	N° 52, 10.10.2014
2018	2017	25,5%	N° 52, 10.10.2014
2019 y sgtes.	2018 y sgtes.	27%	N° 52, 10.10.2014

Fuente: Servicio de Impuestos Internos (SII) 2023.

Figura 14. Impuesto renta Primera categoría.

5.1.5 Valor residual

El valor residual corresponde al valor monetario estimado de recuperación de las inversiones al final de la vida útil del proyecto. Según (Sapag, 2021), este valor debe calcularse para medir adecuadamente la rentabilidad de un proyecto.

Para el caso del restaurante gastronómico en Peñaflor, se estimará un valor residual equivalente al 40% del valor inicial de los activos fijos (ver tabla 32).

Tabla 32. Cuadro 5.6. Valor residual de activos.

Activo	% Valor Venta	Total CLP	Total UF
Equipos básicos de cocina	40%	$35.588.156	$983,69
Equipo menor	40%	$39.476.280	$1.091,16
Mobiliario y equipo adicional	40%	$13.400.594	$370,40
Equipo de aseo	40%	$4.730.116	$130,74
Totales		**$93.195.146**	**$2.576,00**

Fuente: Elaboración propia.

5.1.6 Depreciaciones

La depreciación representa la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos tangibles por el uso y desgaste a través del tiempo.

Para el presente proyecto se utilizarán los datos obtenidos en el Servicio de Impuestos Internos (SII), respecto a “Tabla de Vida Útil fijada por el Servicio de Impuestos Internos para bienes físicos del activo inmovilizado, según Resolución N°43, de 26-12-2002, con vigencia a partir del 01-01-2003”. (ver tabla 33).

Tabla 33. Cuadro 5.7. Vida útil de activos.

Activos Nómina de bienes según actividades	Nueva vida útil normal	Depreciación acelerada
Activos Genéricos		
15) Maquinarias y equipos en general	15	5
16) Hornos, refrigeradores, cocinas, otros.	9	3
21) Útiles de oficina	3	1
22) Muebles y enseres	7	2
23) Computadores, cajas registradoras y similares.	6	2
26) Equipos de detección y control de incendios.	7	2
Otras		
1) Enseres, art de porcelana, loza, vidrio, cuchillería, mantelería, utilizados en restaurantes.	3	1

Fuente: Servicio de Impuestos Internos (SII) 2023.

A continuación, se muestra cuadro con el detalle y valor de la depreciación, para determinar ésta, se utilizarán los datos de la depreciación acelerada, que nos entrega el SII (ver tabla 34).

Tabla 34. Cuadro 5.8. Depreciación de activos.

Activo	Valor Total $	Valor Total UF	Tiempo	1	2	3	4	5	Valor libro	Valor venta	Vventa-Vlibro
Equipos básicos de cocina	$88.970.390	2459,22	3	819,74	819,74	819,74	0,00	0,00	0,00	983,69	983,69
Equipo menor	$98.690.700	2727,90	1	2727,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1091,16	1091,16
Mobiliario y equipo adicional	$33.501.486	926,01	3	308,67	308,67	308,67	0,00	0,00	0,00	370,40	370,40
Equipo de aseo	$11.825.290	326,86	1	326,86	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	130,74	130,74
Total	**$232.987.866**	**6440,00**		**4183,18**	**1128,41**	**1128,41**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**2576,00**	**2576,00**

Fuente: Elaboración propia.

5.1.7 Ingresos

La estimación de los ingresos es un aspecto fundamental en la evaluación económica del proyecto de restaurante gourmet fusión chileno-peruano en Peñaflor, ya que:

- Los ingresos permitirán dimensionar el tamaño potencial del negocio para efectuar las proyecciones financieras, las cuales se basarán en un análisis previo de la demanda y el mercado disponible en la zona de influencia del restaurante (visto en capítulo 2 de este informe).
- Constituyen el componente principal para estimar los flujos de caja proyectados y, con ello, se calculará la rentabilidad del proyecto mediante indicadores como el Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.
- La correcta predicción de los ingresos esperados por la venta de alimentos y bebidas será crucial para determinar la viabilidad económica del restaurante.

A continuación, se muestran detalle de los ingresos, considerando un escenario perfecto.

- Escenario perfecto:

Para este proyecto se consideró una capacidad del local de 20 mesas con capacidad para 4 personas cada una, por lo tanto, el restaurant podrá atender a 80 comensales en su máxima capacidad.

Lo anterior se complementa con un horario de atención de 12:00 a 24:00 hrs., en el cual se ofrecerá almuerzo y cena, servicio atendido por personal con doble turno de 8 hrs., cada uno y una rotación de clientes estimada en 1.09, por lo tanto, considerando esta información tenemos un ingreso diario de 87 clientes.

Para determinar la rotación estimada se utilizó la siguiente formula:

Rotación = 87 personas / 80 personas= 1.09.

A su vez y de acuerdo con las encuestas realizadas a los habitantes de la comuna de Peñaflor y sus alrededores, sumado a la cotización de potenciales competidores, se estableció un consumo promedio de $25.000 por persona.

Con los datos anteriores se realiza la tabla 35, en la cual se detalla los ingresos diarios, semanales, mensuales y anuales.

Tabla 35. Cuadro 5.9. Ingresos escenario perfecto.

Consumo promedio		**$25.000**	
Valor UF		**$36.178,24**	
Cantidad de clientes		**Promedio de consumo**	**Valor UF**
Diarios	87	$2.175.000	60,12
Semanales	522	$13.050.000	360,71
Mensuales	3.129	$78.225.000	2162,21
Anuales	12.516	$312.905.598	8649,00

Fuente: Elaboración propia.

- Escenario conservador:

Si bien se debe considerar un escenario perfecto, también hay que poner atención a uno más conservador, el tener conocimiento de ambos, permitirá modelar el imp

acto en la rentabilidad de la empresa ante diferentes ritmos de crecimiento de las ventas, desde uno muy positivo a uno prudente y menos acelerado.

Para el segundo escenario se consideró un ingreso conservador del 70% respecto al valor perfecto, esto nos dan los resultados que se muestran en la tabla 36.

Tabla 36. Cuadro 5.10. Ingresos escenario conservador.

Consumo promedio		**$25.000**	
Valor UF		**36178,24**	
Ingreso clientes		**70%**	
Cantidad de clientes		**Promedio de consumo**	**Valor UF**
Diarios	61	$1.522.500	42,08
Semanales	365	$9.135.000	252,50
Mensuales	2190	$54.757.500	1513,55
Anuales	8.761	$219.033.919	6054,30

Fuente: Elaboración propia.

- **Proyección de ingresos**

El presente proyecto tiene una proyección de 5 años, esta estimación ayudará a tener una estimación anticipada sobre el ritmo de crecimiento de las ventas durante los primeros años, cuando el negocio busca consolidación. Para realizar los cálculos se considera los ingresos del escenario perfecto, estimando un ingreso del 30% para el primer año, valor que irá al alza año a año hasta llegar al 100% en el año 5.

Los valores se mostrarán en uf, considerando el valor de ésta de $36.178,24 al 14 de septiembre del 2023 (ver tabla 37).

Tabla 37. Cuadro 5.11. Proyección de ingreso.

Ingresos proyectados a 5 años					
Años	1	2	3	4	5
Variación %	0%	30%	60%	90%	100%
Variación UF	0	2.595	5.189	7.784	8.649
Total Ingresos, UF	**8.649,00**	**11.244**	**13.838**	**16.433**	**17.298**

Fuente: Elaboración propia.

5.1.8 Egresos

La proyección de egresos es igual de importante que la de ingresos, ya que esta es crucial para una gestión financiera efectiva y sostenible, permitirá una planificación anticipada con una visión estratégica de los gastos operativos, facilitando la toma de decisiones informadas y la adaptación a posibles cambios en el entorno a la industria gastronómica a demás junto a los ingresos, arrojará la utilidad de esta propuesta.

Para realizar la proyección de egresos de este proyecto se consideran los costos fijos que contemplan los gastos operacionales, las remuneraciones y los insumos de aseo y oficina. Así mismo se utilizarán como costos variables el valor respecto a los productos ingresos mensuales, dicho monto será multiplicado por doce para obtener cifra anual. Al igual que en los ingresos, el valor se ponderará en base a la demanda indicada en los ingresos, es decir, variación del 30, 60, y 90% usando como moneda el valor de la UF. (ver tabla 38).

Tabla 38. Cuadro 5.12. Proyección de egresos.

Egresos proyectados a 5 años					
Años	1	2	3	4	5
Variación %	0%	30%	60%	90%	100%
Variación UF	0	1.824	3.633	5.449	6.054
Egresos, UF	**6.054**	**7.878**	**9.687**	**11.503**	**12.108**

Fuente: Elaboración propia.

5.1.9 Amortización

La amortización de la deuda es un aspecto importante en la evaluación de proyectos, ya que permite tener en cuenta el reembolso gradual de la deuda a lo largo del tiempo. La amortización de la deuda implica el pago periódico de una parte del capital prestado, junto con los intereses acumulados.

A continuación, se muestra tabla con resumen de la inversión inicial (ver tabla 39).

Tabla 39. Cuadro 5.13. Inversión inicial.

Inversión Total	Monto CLP	Monto UF
Activos	$232.987.866	6440
Capital de Trabajo	$88.636.688	2450
Gasto de Puesta en Marcha	$20.259.814	560
Inversión Total	**$341.884.368**	**9450**
Imprevistos (5%)	$12.662.384	350
Total Inversión	**$354.546.752**	**9800**

Fuente: Elaboración propia.

La amortización de la deuda afecta directamente la rentabilidad y la viabilidad financiera del proyecto. Al realizar pagos regulares para reducir la deuda, se disminuye la carga financiera a largo plazo y se mejora la solvencia del negocio. Esto es especialmente relevante en el caso de un restaurante gourmet, donde los costos operativos pueden ser altos y el éxito del proyecto depende en gran medida de una gestión financiera sólida. En el presente proyecto se realizarán cuatro evaluaciones de proyecto: puro, con deuda del 25, 50 y 75%, de estos solo se considerará la amortización en los tres últimos.

Amortización deuda 25%

En tabla 40, se puede observar la amortización correspondiente al 25% de la deuda adquirida por medios externos.

Tabla 40. Cuadro 5.14. Amortización deuda 25%.

PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	AMORTIZACIÓN	K FINAL
1	2.450	294,00	680	386	
2	2.064	247,68	680	432	2.018
3	1.632	195,80	680	484	1.580
4	1.147	137,70	680	542	1.089
5	605	72,62	680	607	540

Fuente: Elaboración propia.

Amortización deuda 50%

De acuerdo con la evaluación realizada con financiamiento externo del 50%, la amortización de la deuda se muestra en la tabla 41.

Tabla 41. Cuadro 5.15. Amortización deuda 50%.

PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	AMORTIZACIÓN	K FINAL
1	4.900	588	1.359	771	
2	4.129	495	1.359	864	4.036
3	3.265	392	1.359	968	3.161
4	2.297	276	1.359	1.084	2.181
5	1.214	146	1.359	1.214	1.084

Fuente: Elaboración propia.

Amortización deuda 75%

En tanto que la amortización de la deuda contraída del 75% arroja los siguientes resultados (ver tabla 42).

Tabla 42. Cuadro 5.16. Amortización deuda 75%.

PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	AMORTIZACIÓN	K FINAL
1	7.350	882	2.039	1.157	
2	6.193	743	2.039	1.296	6.054
3	4.897	588	2.039	1.451	4.742
4	3.446	414	2.039	1.625	3.272
5	1.821	218	2.039	1.821	1.625

Fuente: Elaboración propia.

5.2. PROYECTO PURO

Tal como se mencionó en el capítulo 4, punto 4.5.2, el estudio de factibilidad financiera del proyecto se hará analizando los cuatro escenarios, es decir con financiamiento puro (100%) aporte del inversionista, con 25%, 50% y 75% de financiamiento externo.

Para realizar este análisis se utilizaron los siguientes datos:

- Valor de la Unidad de Fomento (UF), al 14 de septiembre 2023, la cual ascendía a $36.178,24.
- El impuesto considerado es el de primera categoría y el monto es de 27%,
- La Tasa de descuento que se utiliza es de 13,42%

El no tener deuda externa, el proyecto se libera de la carga de tener que hacer pagos regulares de intereses y principal. Esto implica que los recursos generados por el proyecto se pueden destinar íntegramente a su funcionamiento, expansión y desarrollo, sin tener que destinar una parte importante de los ingresos para cubrir los costos de la deuda.

Además, al no tener deuda externa, se reduce el riesgo financiero del proyecto. La deuda conlleva el riesgo de no poder cumplir con los pagos en caso de dificultades económicas o una disminución en los ingresos del proyecto. Al evitar la deuda externa, se minimiza la posibilidad de incumplimiento y se protege la estabilidad financiera del proyecto.

Otra ventaja de un proyecto con financiamiento puro es que se tiene mayor flexibilidad y control sobre las decisiones estratégicas. Al no estar atados a las condiciones y restricciones impuestas por los acreedores, se puede tomar decisiones más independientes y adaptar la estrategia del proyecto según las necesidades y oportunidades que surjan.

Al no integrar el costo de financiamiento externo en el flujo de caja, se obtienen métricas más puras sobre la creación de valor neto del proyecto para el inversionista (ver tabla 43).

Tabla 43. Cuadro 5.17. Flujo de caja, proyecto puro.

FLUJOS DE CAJA NETO PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO EXTERNO						
Valor uf	36178,24			**Tasa de descuento(%)**		13,42%
Año	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos		**8.649**	**11.244**	**13.838**	**16.433**	**17.298**
(-) Egresos		-6.054	-7.878	-9.687	-11.503	-12.108
(=) Margen		**2.595**	**3.366**	**4.151**	**4.930**	**5.190**
(-) Depreciación		-4.183	-1.128	-1.128	0	0
(+) Valor Residual						2.576
(-) Valor Libro						
(-) Intereses L.P.						
(-) Intereses C.P.						
(-) Perdida del Ejercicio			**-1.588**			
(=) Utilidad antes de impuestos		**-1.588**	**650**	**3.023**	**4.930**	**7.766**
(-) Impuestos			-175,4	-816,1	-1.331,1	-2.096,8
(=) Utilidad después de Impuestos		**-1.588**	**474**	**2.206**	**3.599**	**5.669**
(+) Perdida del Ejercicio			**1.588**			
(+) Depreciación		4.183	1.128	1.128	0	0
(-) Inversiones	-7.000					
(-) Costo imprevisto	-350					
(+) Valor Libro						0
(+) Créditos L.P.						
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de créditos L.P.						
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-2.450					2.450
(=) Flujo de Caja	**-9.800**	**2.595**	**3.191**	**3.335**	**3.599**	**8.119**
(=)FC Actualizado	**-9.800**	**2.288**	**2.480**	**2.286**	**2.175**	**4.326**
(=)FC Acumulado	**-9.800**	**-7.512**	**-5.032**	**-2.746**	**-571**	**3.754**

Fuente: Elaboración propia.

5.2.1 Resultados del flujo de caja proyecto sin deuda

De acuerdo con los cálculos obtenidos en el flujo de caja, considerando el proyecto sin deuda externa, esto es, financiado al 100% por el inversionista, los resultados son los que siguen (ver tabla 44).

Tabla 44. Cuadro 5.18. Indicadores flujo de caja, sin deuda externa.

Tasa de descuento	13,42%
VAN en UF	3.754
TIR	25,7%
PRI	5 años

Fuente: Elaboración propia.

Los indicadores económicos son fundamentales para evaluar la viabilidad y rendimiento del proyecto en estudio, estos proporcionaran información crítica sobre la salud financiera del negocio y ayudan a tomar decisiones informadas.

Por lo anterior a continuación se interpretan los resultados obtenidos en el flujo de caja puro, es decir, sin adquirir deuda en la banca.

- VAN: de acuerdo con lo indicado en el capítulo 1 de este informe el VAN es un indicador financiero que ayuda a evaluar la rentabilidad de un proyecto al calcular la diferencia entre los flujos de efectivo generados y el costo inicial de la inversión, un VAN positivo (= o > a 0) significa viabilidad del proyecto, caso contrario (VAN negativo) significa que el proyecto no generará suficiente valor para cubrir el costo inicial de la inversión.
  En este caso, cuyo financiamiento es sin duda, el resultado es de 3.754 UF, este es positivo, por lo tanto, el proyecto puro es viable de llevar a cabo.
- TIR: este indicador muestra el porcentaje de beneficio o pérdida que se puede obtener de una inversión, si la TIR es mayor que 0 el proyecto es viable, TIR menor a 0, proyecto se rechaza. En este caso el resultado es de 25,7% lo que indica una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida o coste de oportunidad.
- PRI: es el periodo de recuperación de la inversión, este proyecto muestra que en el año 5 se obtendrán ganancias suficientes para cubrir la inversión inicial.

5.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO

El financiamiento externo en un proyecto es esencial para obtener los recursos financieros necesarios y permitir el desarrollo y la implementación exitosa del proyecto, aunque también implica la responsabilidad de pagar intereses y cumplir con las obligaciones financieras acordadas. En este caso se hará evaluación con deuda del 25%, 50% y 75%. Para estas tres opciones se considera el monto de la inversión total, correspondiente a las 9.800 UF.

5.3.1 Proyecto con deuda del 25%

Para la confección del flujo de caja con deuda externa del 25%, se tomó en cuenta los siguientes valores:

- Unidad de Fomento $36.178,24 al 14 de septiembre 2023.
- Impuesto de primera categoría: 27%.
- Tasa de descuento: 13,42%.
- Monto financiado: 2.450 UF
- Tasa interés anual del Banco LP: 12%

Tabla 45. Cuadro 5.18. Flujo de caja, deuda 25%.

FLUJOS DE CAJA NETO PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO						25%
Valor uf	36178,24			Tasa de descuento(%)		13,42%
Año	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos		**8.649**	**11.244**	**13.838**	**16.433**	**17.298**
(-) Egresos		-6.054	-7.878	-9.687	-11.503	-12.108
(=) Margen		**2.595**	**3.366**	**4.151**	**4.930**	**5.190**
(-) Depreciación		-4.183	-1.128	-1.128	0	0
(+) Valor Residual						2.576
(-) Valor Libro						
(-) Intereses L.P.		-294,00	-247,68	-195,80	-137,70	-72,6
(-) Intereses C.P.						
(-) Perdida del Ejercicio			**-1.882**			
(=) Utilidad antes de impuestos		**-1.882**	**108**	**2.827**	**4.792**	**7.693**
(-) Impuestos			-29	-763	-1.294	-2.077
(=) Utilidad después de Impuestos		**-1.882**	**79**	**2.064**	**3.498**	**5.616**
(+) Perdida del Ejercicio			**1.882**			
(+) Depreciación		4.183	1.128	1.128	0	0
(-) Inversiones	-7.000					
(-) Costo imprevisto	-350					
(+) Valor Libro						0
(+) Créditos L.P.	2.450					
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-386,00	-432	-484	-542	-607
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-2.450					2.450
(=) Flujo de Caja	**-7.350**	**1.915**	**2.657**	**2.708**	**2.956**	**7.459**
(=)FC Actualizado	**-7.350**	**1.688**	**2.065**	**1.856**	**1.786**	**3.974**
(=)FC Acumulado	**-7.350**	**-5.662**	**-3.596**	**-1.740**	**46**	**4.020**

Fuente: Elaboración propia.

5.3.1.1 Resultados flujo de caja con financiamiento externo 25%

Los cálculos realizados arrojaron los siguientes indicadores económicos (ver tabla 46)

Tabla 46. Tabla 5.19. Indicadores flujo de caja, con deuda externa 25%.

VAN en UF	4.020
TIR	29,8%
PRI	4 años

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados que muestra la tabla 5.19, nos indican que:

- **VAN** es de 4.020 UF, el valor es positivo ya que es sobre 0, esto significa que es un proyecto viable, aun adquiriendo deuda de 25%.
- **TIR** arroja un valor de 29,8%, resultado mayor que 0 por lo tanto el retorno es positivo.
- **PRI** nos indica que la inversión se recupera al 4° año.

5.3.2 Proyecto con deuda del 50%

Contraer una deuda del 50% en la evaluación de un proyecto para el restaurante en Peñaflor, es importante para obtener los fondos necesarios para su creación y expansión. Sin embargo, es necesario analizar cuidadosamente los riesgos y costos asociados con la deuda para garantizar la viabilidad y el éxito a largo plazo del restaurante.

Para la confección del flujo de caja con deuda externa del 50% (ver tabla 47), se tomó en cuenta los siguientes valores:

- Unidad de Fomento $36.178,24 al 14 de septiembre 2023.
- Impuesto de primera categoría: 27%.
- Tasa de descuento: 13,42%.
- Monto financiado: 4.900 UF
- Tasa interés anual del Banco LP: 12%

Tabla 47. Cuadro 5.20. Flujo de caja, deuda 50%.

FLUJOS DE CAJA NETO PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO						50%
Valor uf	36178,24			Tasa de descuento(%)		13.42%
Año	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos		**8.649**	**11.244**	**13.838**	**16.433**	**17.298**
(-) Egresos		-6.054	-7.878	-9.687	-11.503	-12.108
(=) Margen		**2.595**	**3.366**	**4.151**	**4.930**	**5.190**
(-) Depreciación		-4.183	-1.128	-1.128	0	0
(+) Valor Residual						2.576
(-) Valor Libro						
(-) Intereses L.P.		-588,00	-495,44	-391,78	-275,68	-145,64
(-) Intereses C.P.						
(-) Perdida del Ejercicio			**-2.176**	**-434**		
(=) Utilidad antes de impuestos		**-2.176**	**-434**	**2.197**	**4.654**	**7.620**
(-) Impuestos			0	-593	-1.257	-2.057
(=) Utilidad después de Impuestos		**-2.176**	**-434**	**1.604**	**3.398**	**5.563**
(+) Perdida del Ejercicio			**2.176**	**434**		
(+) Depreciación		4.183	1.128	1.128	0	0
(-) Inversiones	-7.000					
(-) Costo imprevisto	-350					
(+) Valor Libro						0
(+) Créditos L.P.	4.900					
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-771	-864	-968	-1.084	-1.214
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-2.450					2.450
(=) Flujo de Caja	**-4.900**	**1.236**	**2.007**	**2.199**	**2.314**	**6.799**
(=)FC Actualizado	**-4.900**	**1.089**	**1.560**	**1.507**	**1.398**	**3.623**
(=)FC Acumulado	**-4.900**	**-3.811**	**-2.251**	**-744**	**655**	**4.277**

Fuente: Elaboración propia.

5.3.2.1 Resultados flujo de caja con financiamiento externo 50%

Los cálculos realizados arrojaron los siguientes indicadores económicos (ver tabla 48)

Tabla 48. Cuadro 5.21. Indicadores flujo de caja, con deuda externa 50%.

VAN en UF	4.277
TIR	36,9%
PRI	4 años

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados que muestra la tabla 48, nos indican que:

- **VAN** es de 4.277 UF, el valor es positivo ya que es sobre 0, esto significa que aun con deuda del 50% externa, el proyecto es viable.
- **TIR** arroja un valor de 36,9%, resultado mayor que 0 por lo tanto complementa al VAN ya que el retorno es positivo.
- **PRI** nos indica que a partir del año 4 se recupera lo invertido.

5.3.3 Proyecto con financiamiento externo de 75%

Contraer una deuda del 75% tiene alta importancia, así como beneficios significativos.

En primer lugar, la deuda puede proporcionar los fondos necesarios para financiar la inversión inicial del restaurante. Esto incluye la adquisición de equipos, mobiliario, decoración y otros gastos necesarios para establecer y equipar el restaurante. Al obtener financiamiento a través de la deuda, se puede acelerar el proceso de apertura del restaurante y aprovechar oportunidades comerciales.

La deuda también puede proporcionar flexibilidad financiera al restaurante. Al tener acceso a capital adicional, se pueden realizar mejoras en las instalaciones, ampliar el espacio o diversificar el menú. Estas inversiones pueden mejorar la experiencia del cliente y aumentar la competitividad del restaurante en el mercado.

Es importante tener en cuenta que contraer una deuda del 75% también conlleva riesgos y costos adicionales. Se deben evaluar cuidadosamente los plazos de pago, los intereses y la capacidad de generación de ingresos del restaurante para garantizar que se puedan cumplir los pagos de la deuda sin dificultades.

El flujo de caja con financiamiento externo del 75% (ver tabla 49), considera los siguientes datos:

- Unidad de Fomento $36.178,24 al 14 de septiembre 2023.
- Impuesto de primera categoría: 27%.
- Tasa de descuento: 13,42%.
- Monto financiado: 7.350 UF
- Tasa anual del Banco LP: 12%

Tabla 49. Cuadro 5.22. Flujo de caja, deuda 75%.

FLUJOS DE CAJA NETO PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO						75%
Valor uf	36178,24			Tasa de descuento(%)		13,42%
Año	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
(+) Ingresos		**8.649**	**11.244**	**13.838**	**16.433**	**17.298**
(-) Egresos		-6.054	-7.878	-9.687	-11.503	-12.108
(=) Margen		**2.595**	**3.366**	**4.151**	**4.930**	**5.190**
(-) Depreciación		-4.183	-1.128	-1.128	0	0
(+) Valor Residual						2.576
(-) Valor Libro						
(-) Intereses L.P.		-882,00	-743,16	-587,67	-413,51	-218
(-) Intereses C.P.						
(-) Perdida del Ejercicio			-2.470	-976		
(=) Utilidad antes de impuestos		**-2.470**	**-976**	**1.459**	**4.516**	**7.548**
(-) Impuestos		0	0	-394	-1.219	-2.038
(=) Utilidad después de Impuestos		**-2.470**	**-976**	**1.065**	**3.297**	**5.510**
(+) Perdida del Ejercicio			**2.470**	**976**		
(+) Depreciación		4.183	1.128	1.128	0	0
(-) Inversiones	-7.000					
(-) Costo imprevisto	-350					
(+) Valor Libro						0
(+) Créditos L.P.	7.350					
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-1.157	-1.296	-1.451	-1.625	-1.821
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-2.450					2.450
(=) Flujo de Caja	**-2.450**	**556**	**1.327**	**1.718**	**1.672**	**6.139**
(=)FC Actualizado	**-2.450**	**490**	**1.032**	**1.178**	**1.010**	**3.271**
(=)FC Acumulado	**-2.450**	**-1.960**	**-928**	**249**	**1.260**	**4.530**

Fuente: Elaboración propia.

5.3.3.1 Resultados flujo de caja con financiamiento externo 75%

El flujo de caja proyectado con deude del 75% externa, arrojó los siguientes resultados (ver tabla 50).

Tabla 50. Cuadro 5.23. Indicadores flujo de caja, con deuda externa 75%.

VAN en UF	4.530,4
TIR	52,95%
TIR	3 años

Fuente: Elaboración propia.

- VAN de 4.530,4 UF, esta tercera opción nos sigue arrojando resultados positivos, por lo tanto, el proyecto se puede llevar a cabo asumiendo una deuda del 75%.
- TIR de 52,95%, el retorno sigue sobre cero.
- PRI muestra una recuperación de lo invertido al 3° año.

5.4. RESUMEN DE INDICADORES ECONÓMICOS Y RENTABILIDAD

A modo de resumen y para hacer más entendibles los cálculos realizados respecto a flujos de caja sin deuda, con deuda del 25, 50 y 75%, a continuación, se detallan los valores de las tres evaluaciones (ver tabla 51).

Tabla 51. Cuadro 5.24. Indicadores económicos.

Tipo de Financiamiento	Valor VAN (UF)	Valor TIR (%)	PRI - años
Propio	3.574,4	25,7%	5 años
Externo 25%	4.019.8	29,8%	4 años
Externo 50%	4.277,1	36,9%	4 años
Externo 75%	4.530,4	52,9%	3 años

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, se puede indicar que:

- A medida que se aumenta el porcentaje de financiamiento externo, el VAN aumenta.
- Lo mismo ocurre con la TIR, es decir, a medida que se aumenta el porcentaje de financiamiento externo, los valores son mayores. Esto indica que el financiamiento externo tiene un mayor potencial de generar rendimientos positivos.
- Respecto al PRI se observa que mientras mayor sea el porcentaje de financiamiento externo, el plazo de retorno disminuye.

En resumen, el análisis muestra que el financiamiento propio tiene una rentabilidad menor en comparación con el financiamiento externo. Sin embargo, la ventaja de llevar a cabo un proyecto solo con financiamiento propio, es decir, sin deuda externa, es que no estará sujeto a los intereses y pagos asociados a la deuda.

5.5. SENSIBILIZACIONES

Las sensibilizaciones son variaciones en las principales variables que afectan la rentabilidad del proyecto y permiten evaluar la solidez de los resultados. Para calcularlas, se requieren datos financieros, supuestos claves y escenarios de sensibilización que reflejen diferentes situaciones y permitan evaluar el riesgo y la viabilidad del proyecto.

En el presente proyecto, se realizará, estrés de las variables VAN y TIR, estas nos mostraran en qué medida las estimaciones o variaciones de los parámetros utilizados afectan la rentabilidad del negocio.

En base a lo anterior, se realizarán sensibilizaciones al precio promedio de consumo (ingresos) y a los costos que genera el proyecto, utilizando los datos del flujo de caja con financiamiento al 75%, el cual muestra mejores índices económicos respecto a la deuda externa, en comparación al 25 y 50%.

5.5.1 Sensibilización al precio de consumo promedio por cliente

En la tabla 52, se puede observar cómo fluctúan los valores del VAN y TIR a medida que se genera variabilidad en el precio de consumo promedio hasta llegar al punto en el que el VAN es igual a cero.

Tabla 52. Cuadro 5.25. Sensibilización de los ingresos con deuda del 75%.

Variación del precio de consumo		
Variación	**VAN (UF)**	**TIR (%)**
20%	13.003	77,2%
5%	7.229	47,5%
0%	4.530	52,9%
-5%	3.379	28,3%
-12%	684	15,2%
-13,775%	1	11,84%
-13,777%	**0**	**11,83%**
-13,78%	-1	11,80%

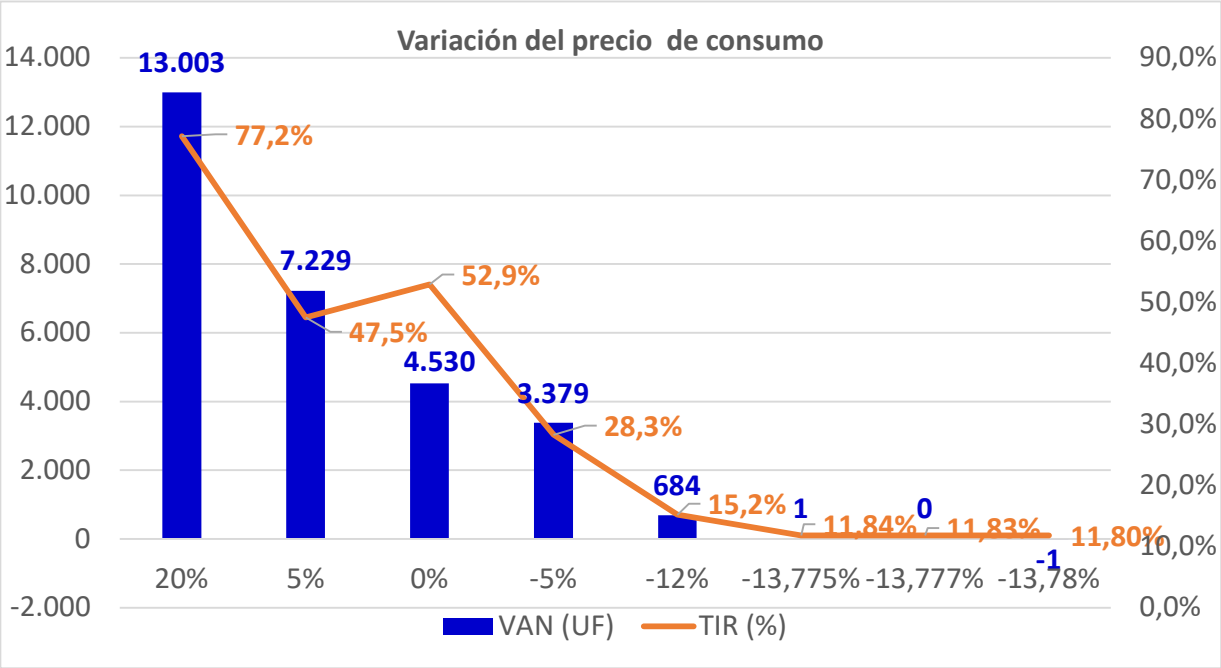
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados arrojados (ver tabla 52), indican que se puede llegar a tener una disminución de

menos (-13,777%) en cuanto al precio promedio de consumo, aun con esta variabilidad tendríamos un VAN con resultado igual a 0, por ende, se puede aceptar el proyecto.

A continuación, se muestra grafico que visibiliza la variación del VAN y TIR, de acuerdo con las sensibilizaciones realizadas hasta lograr el VAN igual a 0 (ver gráfico 19).

Gráfico 19. Ilustración 5.26. Sensibilización de los ingresos.



Fuente: Elaboración propia.

Es importante destacar que una disminución tan drástica en los ingresos puede indicar una disminución en la demanda de los clientes. Esto puede deberse a una variedad de factores, como cambios en las preferencias del consumidor, una competencia más fuerte en el mercado o una disminución general en el poder adquisitivo de los clientes o enfrentarse nuevamente a una pandemia como la reciente del Covid.

Además, una disminución del -13,777% en el precio promedio de consumo puede afectar directamente en la rentabilidad del restaurante. Con precios más bajos, es posible que los márgenes de beneficio se reduzcan, lo que puede hacer que sea más difícil para el restaurante cubrir sus gastos operativos y generar ganancias.

5.5.2 Sensibilización de los costos

A continuación, (ver tabla 53) se muestran los resultados que se obtienen del VAN y TIR al realizar sensibilización a los costos del proyecto, determinado como límite de estrés de datos hasta que el VAN es igual a cero.

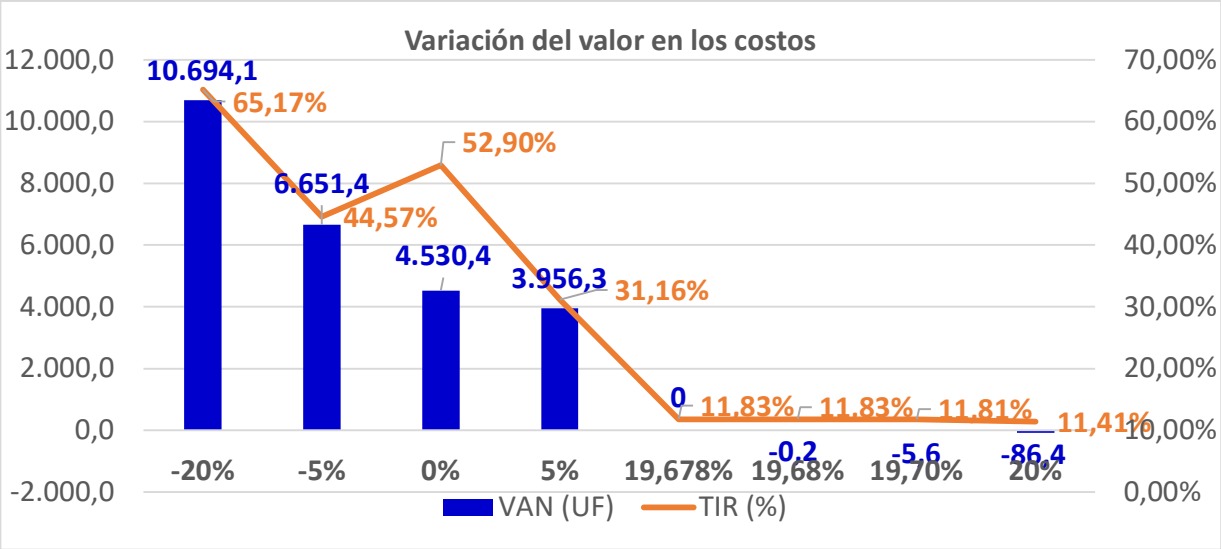
Tabla 53. Cuadro 5.27. Sensibilización de los costos.

Variación del valor en los costos		
Variación	**VAN (UF)**	**TIR (%)**
-20%	10.694,1	65,17%
-5%	6.651,4	44,57%
0%	4.530,4	52,9%
5%	3.956,3	31,16%
19,678%	**0**	**11,83%**
19,68%	-0,2	11,83%
19,70%	-5,6	11,81%
20%	-86,4	11,41%

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados que muestra la tabla 53, indican que se puede aumentar los costos del proyecto hasta en 19,678%, ya que con este valor se consigue un VAN igual a cero.

Gráfico 20. Ilustración 5.28. Sensibilización de los costos.



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 20, se puede observar la línea de tendencia al realizar variaciones en el valor de los costos, se logra apreciar que al tener una variación de estos hasta 19,678% (aumento), con el cual tendremos un Van valor igual a 0.

Un aumento tan considerable en los costos puede afectar directamente los márgenes de beneficio del restaurante. Si los costos de los ingredientes, la mano de obra y otros gastos operativos aumentan en un 19,678%, es probable que el restaurante tenga dificultades para mantener sus niveles de rentabilidad. Esto puede llevar a una disminución en las ganancias y dificultades para cubrir los gastos generales del negocio.

El hecho de que el Valor Actual Neto (VAN) sea de 0 indica que los flujos de efectivo futuros del restaurante no son suficientes para cubrir los costos de inversión y generar un retorno positivo. Esto puede ser preocupante, ya que implica que el restaurante no está generando ingresos suficientes para justificar los costos de inversión y los gastos operativos.

CONCLUSIONES

La evaluación del presente proyecto demuestra la viabilidad de instalar un restaurante gourmet de fusión comida chilena-peruana en la comuna de Peñaflor. Esto es respaldado por los siguientes factores:

- De acuerdo con el censo del 2017, se ha generado aumento poblacional en la comuna de Peñaflor, esto se refuerza por la fuerte migración de la población de Santiago, ocurrida durante el periodo de pandemia, hacia comunas aledañas con acceso a casas y espacios abiertos. Con el crecimiento de la población de la comuna, se espera una mayor demanda de servicios gastronómicos, lo que brinda un mercado potencial para un restaurante de alta calidad en la zona.
- La ubicación estratégica de Peñaflor, cerca de comunas con un alto flujo de personas y del puerto de San Antonio, proporciona ventajas adicionales. La proximidad a áreas con una gran afluencia de personas aumenta la visibilidad y la posibilidad de atraer a clientes de diferentes lugares. Asimismo, la cercanía al puerto de San Antonio facilita la obtención de ingredientes frescos y de alta calidad para el restaurante, lo que contribuirá a ofrecer una experiencia culinaria auténtica.
- Existe baja cantidad de restaurantes gourmet de comida fusión en la localidad, esto representa una oportunidad única para destacarse y convertirse en un referente en la zona. La falta de competencia directa permite al restaurante captar la atención de los residentes y visitantes que buscan una propuesta gastronómica innovadora y de calidad.
- De acuerdo con la encuesta realizada, los residentes de la zona, los resultados indican que más del 50% está dispuesto a asistir a restaurantes de este tipo y que está dispuesto a pagar en promedio $25.000 por persona.
- Además, la obtención de productos locales de la zona es un aspecto clave para el éxito del restaurante. La utilización de ingredientes frescos y autóctonos de la región contribuirá a ofrecer una propuesta culinaria auténtica y de calidad.

En cuanto a la viabilidad del proyecto basado en los resultados económicos arroja que:

La alternativa más atractiva desde el punto de vista financiero es el proyecto con un 75% de deuda ya que su VAN de 4.530 UF es superior a las otras tres evaluaciones financieras, lo mismo ocurre con su TIR (52,9%), la cual sobrepasa la rentabilidad de los demás análisis, esto a su vez, permite tener una recuperación más rápida del capital invertido, en este caso se obtendrían retornos a partir del año 3, a diferencia de los demás cuya restitución se daría al 4 y 5 año.

Esto se explica por el importante apalancamiento financiero que permite la mayor proporción de deuda, potenciando la rentabilidad de los recursos propios invertidos. Además, según el análisis de sensibilidad, el proyecto soporta disminuciones de hasta -13,8% en los ingresos o aumentos de 19,7% en los costos antes de dejar de ser rentable.

En base a estos antecedentes, se recomienda implementar el proyecto bajo la modalidad de 75% de financiamiento externo, realizando las gestiones para obtener un crédito en condiciones favorables. Será clave negociar una tasa de interés competitiva para no impactar fuertemente los flujos y viabilidad.

Otros puntos importantes para considerar en la puesta en marcha:

- Ubicación estratégica aprovechando el crecimiento de Peñaflor, el poder adquisitivo de sus habitantes y la adquisición de productos directos de la zona.
- Enfocar la propuesta gastronómica rescatando lo mejor de la cocina chilena y peruana.
- Gestionar adecuadamente los costos operativos para prevenir desviaciones respecto de lo proyectado.
- Realizar acciones promocionales y de marketing digital para atraer comensales de la comuna y alrededores.
- Llevar controles financieros rigurosos para tomar medidas ante eventuales desviaciones en ingresos y costos.
- Evaluar la conveniencia de expandir el negocio en el mediano plazo si se cumplen las proyecciones.

Implementando estas recomendaciones y gestionando de manera profesional, el proyecto presenta una alternativa de inversión sólida, rentable y con alto potencial de éxito.

BIBLIOGRAFÍA

Aaron, Allen. (2022). *Consultants, Global Restaurant*. Obtenido de https://aaronallen.com/blog/industria-de-restaurantes-chile

Banco Central. (2023). *Base de Datos Estadísticos (BDE).* Obtenido de https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_TASA_INTERES/MN_TASA_INTERES_09/TMS_16/T312?cbFechaInicio=2013&cbFechaTermino=2023&cbFrecuencia=ANNUAL&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=

Damodaran. (2023). *https://pages.stern.nyu.edu/.* doi:https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html

Garza, Karla. (2023). Cómo calcular con precisión el precio de tus platillos. CookingDepot.com. Obtenido de https://blog.cookingdepot.com/como-calcular-con-precision-el-precio-de-tus-platillos

Horeca, C. (2023). Innovaciones en la Industria Gastronómica: Los cambios que llegaron para quedarse. Obtenido de https://canalhoreca.cl/2023/04/28/innovaciones-en-la-industria-gastronomica-los-cambios-que-llegaron-para-quedarse/

Oleico. (2021). *Historia de las comidas gourmet: ¿cómo surgieron y qué las diferenció del resto?* Obtenido de https://oleico.com/comidas-gourmet/

Revista Jengibre. (marzo de 2023). Tendencias tecnológicas de la industria gastronómica que marcarán el 2023. Obtenido de https://www.elmostrador.cl/revista-jengibre/2023/03/09/tendencias-tecnologicas-de-la-industria-gastronomica-que-marcaran-el-2023/

Sapag, N. (2021). *Criterios de Evaluación de Proyectos* (Vol. Sexta edición). McGraw-Hill.

VivoodMagazine. (2023). *Descubre la cocina gourmet: una experiencia culinaria impregnada de sabores únicos.* Obtenido de https://www.vivood.com/hoteles-con-encanto/descubre-la-cocina-gourmet-una-experiencia-culinaria-impregnada-de-sabores-unicos/destacado-principal/

ANEXOS

Anexo 1. Imagen encuesta de estudio de prefactibilidad de mercado.

ENCUESTA ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANT GOURMET CHILENO - PERUANO, EN LA COMUNA DE PEÑAFLOR.

Agradecemos sinceramente tu participación en esta importante investigación de mercado destinada a comprender mejor las preferencias y necesidades de la comunidad de Peñaflor en cuanto a experiencias gastronómicas. Tu opinión es esencial para el desarrollo de un nuevo y emocionante proyecto: un restaurante gourmet que busca satisfacer los paladares más exigentes de nuestra comuna.
Este cuestionario tiene como objetivo recopilar información valiosa que nos permitirá adaptar la propuesta gastronómica a los gustos locales, ofreciendo una experiencia culinaria única y memorable. Tus respuestas serán anónimas y confidenciales, y la información recopilada se utilizará exclusivamente con fines de investigación de mercado.

	PREGUNTAS	SI	NO
1	¿Conoce algún restaurant en Peñaflor?		
2	Si respondió SI, ¿Qué tipo de gastronomía dispone el restaurant que conoce? (Chileno, Peruano, Italiano, Chino, Mexicano, otros).		
3	¿Usted asiste a restaurantes?		
4	Si respondió SI, ¿a qué tipo de restaurant asiste? (Chileno, Peruano, Italiano, Chino, Mexicano, otros).		
5	Si respondió NO, ¿Por qué no asiste? (por precio, por tiempo, por tipo de gastronomía, por la lejanía, por la infraestructura, por recomendación).		
6	¿Con que frecuencia asiste a restaurantes?.		
7	¿Conoce algún restaurant fusión Chileno – Peruano?.		
8	Si hay un restaurant Chileno – Peruano en la comuna de Peñaflor ¿asistiría?.		
9	¿En que se fija para ir a un restaurante? (precio, calidad, innovación, atención, infraestructura, tipo de gastronomía, cercanía, limpieza).		
10	¿Estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet?.		
11	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú gourmet?.		
12	Si es NO, ¿Por qué no? (por precio, desconocimiento, por gusto, no le interesa).		
13	¿Cree usted que un restaurant Chileno - Peruano en la comuna, ayudaría a la economía local?.		
14	¿Cree usted que un restaurant Chileno - Peruano en la comuna, ayudaría al turismo de la zona?.		

Agradecemos de antemano tu colaboración ya que su participación contribuirá de manera significativa al éxito de este proyecto y nos ayudará a crear un espacio gastronómico que refleje las preferencias y deseos de la comunidad de Peñaflor.

Anexo 2. Imagen Cocina 6 Platos Con Horno Enlozado.

Anexo 2. Imagen Campana extractora para ventilación.

Anexo 3. Imagen Freidora comercial.

Anexo 4. Imagen Horno convección para cocción uniforme.

Anexo 5. Imagen Cámaras de refrigeración.

Anexo 6. Imagen Computadora o terminales de venta (POS).

Anexo 7. Imagen Sistema de pago electrónico.

Anexo 7. Imagen ambiente interno del Restaurante.