

## **ANÁLISIS SECTORIAL DE LA PYME DE LA RESTAURACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA CIUDAD DE MACHALA**

**Franco, María del Carmen<sup>1</sup>  
Rojas, María Alexandra<sup>2</sup>  
Pérez, María José<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Docente Titular Auxiliar II, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Master en Administración de Empresas, ENAE Business School; e-mail: [mfranco@umet.edu.ec](mailto:mfranco@umet.edu.ec)

<sup>2</sup> Estudiante UMET, Universidad Metropolitana, e-mail: [marojas@umet.edu.ec](mailto:marojas@umet.edu.ec)

<sup>3</sup> Docente Titular Auxiliar I, Universidad Metropolitana, Sede Machala; Master en Administración de Empresas, UEES; e-mail: [mjperez@umet.edu.ec](mailto:mjperez@umet.edu.ec)

### **Resumen**

El presente análisis está hecho a base de recopilación de datos y sondeo, para descubrir las necesidades y debilidades de los emprendedores de la ciudad de Machala y poder aportar con una solución a la problemática. La finalidad es conocer si resulta rentable o no la apertura de un restaurante en la ciudad, identificando factores que limitan el sector de los restaurantes, investigando hábitos y preferencias de consumo de los habitantes. La ciudad de Machala es una ciudad que en los últimos años ha crecido de forma casi trascendental, ha crecido en infraestructura, comercial y financieramente siendo una de las ciudades con mayor aporte al PIB del país, es por ello que empresas internacionales han puesto los ojos en esta ciudad ya que se encuentra en proceso de crecimiento.

**Palabras Claves:** restaurantes, pyme, Machala, sostenibilidad

### **Introducción**

Ecuador hoy en día es un país que ido evolucionando gradualmente de acuerdo a sus necesidades de desarrollo y crecimiento a nivel provincial, regional y de nación; el desarrollo y creatividad del capital humano de las empresas han permitido la expansión y sustentación de negocios de todos los niveles dentro del país. Dentro de todo este medio empresarial hay que recalcar que, así como existen ventajas, también se puede notar la aparición de desventajas como barreras sociales, económicas, entre otras. El propósito de desarrollar este tema, es el estudiar y conocer la realidad del segmento de alimentos y bebidas fuera del hogar, vista desde la perspectiva del cliente, y desde el aspecto, socioeconómico y sociocultural de los habitantes de la ciudad de Machala, quienes hasta la actualidad se han visto influenciados por los hábitos de consumo de otras culturas, por el continuo crecimiento tecnológico, cultural, y social que existe en la actualidad.

La restauración de consumo inmediato y la alimentación industrial, han sufrido un acelerado y constante crecimiento en la ciudad, teniendo que buscar metodologías de innovación permanente con la idea de captar la mayor aceptación de clientes por medio de productos y servicios. El impacto en el avance de crecimiento del segmento de alimentación en la actualidad, no es más que un impulso a una imparable evolución del consumidor, el cual no solo nos exigirá el innovar en productos y servicios, sino en innovar en su parte más interna, no siendo nuestra oferta una prioridad, sino su única opción, siendo nuestro objetivo el estar a la vanguardia en el conocimiento sensorial interno del consumidor como individuo independiente; destinando nuestro enfoque de negocio a un éxito sin medida o a un fracaso inmediato. El Ecuador posee pequeñas medianas y grandes empresas pero enfocados en el sector de los restaurantes estos en su gran mayoría son PYMES; se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo. Este tipo de empresas son aquellas que tienen mayor posicionamiento dentro del sector empresarial generando mayores ingresos a quienes las poseen, se considera que tienen ventajas porque son de fácil acceso, constituirlas no es muy complicado y sobre todo el personal a contratar no representa un número alto difícil de cubrir, estas variables podrían ser claves para que las PYMES obtengan mayores ingresos; según datos del INEC referentes al año 2014 indican que entre la pequeña y mediana empresa el nivel de ingreso es el más elevado.

**Tabla 1.** Clasificación de las empresas por su tamaño

<b>Código para empresas</b>	<b>Clasificación de las empresas</b>	<b>Personal ocupado</b>	<b>Ingresos margen comercial (comercio)</b>
1	Pequeña	10 A 49	USD 100.001 a USD 1'000.000
2	Mediana	50 A 199	USD 1'000.001 - USD 5'000.000
3	Grande	200 o más	USD 5'000.001 en adelante

Fuente: INEC 2014

### **Análisis empresarial de la ciudad de Machala**

De acuerdo al artículo publicado por la revista Ekos, Machala tiene 1.085 entre pequeñas, medianas y grandes empresas; a nivel de la provincial de El Oro y en particular su capital

Machala es el séptimo cantón que representa mayor participación en el PIB nacional con un capital económico de 1.800 millones.

**Tabla 2.** Número de empresas por tamaño en el Oro

<b>Indicadores El Oro, todos los sectores</b>				
<b>Número por tamaño de empresa</b>				
<b>Tamaño de empresa</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Microempresa	31.617	35.461	37.395	37.872
Pequeña empresa	3.100	3.237	3.494	3.353
Mediana empresa a	360	411	443	448
Mediana empresa b	223	237	278	264
Grande empresa	104	110	138	141

Fuentes: INEC, Redatam

Machala conocida como la capital bananera del mundo, desde el 2014 la economía de esta ciudad se ha dinamizado obteniendo inversiones en el sector empresarial, como la apertura de los recientes locales, Almacenes Boyacá y Mac Donald's, además uno de los principales ejes turísticos son el turismo gastronómico, por medio de visitas a restaurantes especializados en gastronomía local; de esta manera se han forjado cientos de emprendimientos lo cual es favorable para el crecimiento y desarrollo generando la producción de nuevos bienes y servicios, abriendo plazas de trabajo mejorando la calidad de vida de los ciudadanos. De acuerdo al artículo publicado por la revista Ekos, Machala posee el siguiente número de empresas.

**Tabla 3.** Cantidad de empresas por tamaño en Machala

<b>Código asignado para las empresas</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Ingresos totales USD</b>
Grandes más de USD 10 millones en ventas anuales	51	1.413.507.621
Medianas, entre USD 1 y 10 millones en ventas anuales	345	975.005.773
Pequeñas, entre 100 mil y 1 millón de ventas anuales	689	274.784.492
<b>Total</b>	<b>1.085</b>	<b>2.663.297.886</b>

Fuente: Revista Ekos 2014

Las empresas existentes en Machala se las podría clasificar como Pymes, debido a que sus habitantes poseen espíritu emprendedor la mayor parte de estos tienden a crear nuevas empresas como lo es en el sector de los restaurantes, las clases de establecimientos pueden ser: a) Cafeterías: Ofrecen refrigerios rápidos, bebidas calientes o frías no alcohólicas. b) Fuentes de soda: Sitios que sirven al público comidas rápidas. c) Drives inn: Ofrecen comida y bebidas rápidas para consumir en los vehículos. d) Bares: Sirven todo tipo de bebidas alcohólicas, copas, tragos. este tipo de actividades pueden ser de carácter formal e informal;

la sección formal es la que está apegada bajo las normas y estatutos tributarios contribuyendo con aportaciones económicas al país pero lo informal parte de la economía que no podemos olvidar, según (Avilés, 2007).

La informalidad es un aspecto que afecta a los sistemas económicos y por ende a las condiciones de vida en la región, la parte informal es considerada emprendimiento pero no se constituye de acuerdo al reglamento tributario dejando de percibir ingresos tributarios por dichas actividades que están relacionadas con la evasión de impuestos, en cualquier ciudad del país podemos encontrar las denominadas carretillas de comida, que expenden alimentos sin ningún tipo de respaldo tributario.

Machala en la categoría Pyme ha alcanzado el 96.5% lo que representa el mayor porcentaje a nivel de El Oro y sólo a nivel de microempresas tiene el 57%, es por ello que la ciudad de Machala es considerada como el territorio cantonal donde se generan mayores ingresos y mayores puestos de trabajo. De acuerdo al sondeo de datos realizado se puede interpretar que los habitantes de Machala han ido cambiando sus metodologías de consumo y de alimentación con el pasar de los años, paralelamente al crecimiento de la ciudad, influenciados por la introducción de nuevas culturas y productos, la economía y el crecimiento poblacional; sin embargo hasta la actualidad ha incluido la gastronomía tradicional sobre el fast food o también conocida como la comida rápida, se han incluido en los menús nuevas tendencias de comidas debido al ingreso de culturas extranjeras hoy en día el mercado de restaurantes es muy amplio desde los crepés, sándwich, pasta entre otros. Miles de personas deciden perseguir el sueño de emprender un negocio haciendo uso, muchas veces de sus ahorros o realizando algún tipo de crédito o préstamo. Al mismo tiempo con los años miles este tipo de negocios se enfrentan ante la difícil situación de cerrar sus puertas debido a la imposibilidad de sobreponerse a variadas razones.

Los restaurantes que abren, cierran en los primeros dos años de establecerse, este se ve influenciado por la poca experiencia en el sector, la falta de experiencia de los propietarios, sumando a esto la caída en las ventas, la competencia ambulante. Se puede evitar este tipo de problemas generadores de pérdidas económicas y sobre todo lograr que los negocios sean sostenibles en el tiempo, aplicando los siguientes puntos estratégicos, según Tabla 4.

**Tabla 4.** Directrices para la sostenibilidad de las pymes

Factor	Directriz
Estandarización de las recetas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cómo administrador o jefe de cocina se debe de mantener el control y evitar las variaciones en el sabor o textura por medio de la estandarización de recetas;</li> <li>• Se debe hacer un recetario que detalle las cantidades y el procedimiento exacto de todos los platillos. Esta herramienta permite calcular el costo del platillo por porción y el rendimiento por receta.</li> </ul>
Investigación de mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para abrir cualquier tipo de negocio es importante saber el tipo de clientes al que se desea llegar.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una investigación de mercado es la mejor herramienta para determinar a qué segmento dirigirse y cómo hacerlo.</li> <li>• En el estudio se pretende conocer la edad, el sexo, la capacidad de gasto, los gustos y la afluencia de las personas que rodean la ubicación del negocio.</li> </ul>
Rentabilidad por producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conociendo el precio y el costo de cada platillo podemos dar promoción a aquellos que dejen más ganancias</li> </ul>
Sistema de control de inventario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un sistema de control de inventario, permite dar promoción a un producto que no se ha movido en un lapso</li> </ul>
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si no te ven, no existes; actualmente existen muchas herramientas de las cuales puedes disponer para dar a conocer tu negocio, una de ellas son las redes sociales</li> </ul>
Menos es más	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener una carta reducida es más práctico, el movimiento del inventario es más rápido, es más fácil de trabajar para el personal y evita la confusión en los clientes</li> </ul>
Perfil de puesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es importante tener definido qué tipo de persona se busca para cada puesto de trabajo así como los conocimientos requeridos.</li> <li>• A parte de estos puntos no se debe olvidar la calidad del producto y la calidad del servicio que se trasmite a los clientes</li> </ul>

Los clientes valoran varios aspectos acerca de los restaurantes pero sobre todo la publicidad y el servicio que brindan, la mayoría de las personas se enteran de la existencia de un nuevo restaurante por la imagen que transmiten a través de la publicidad con la ayuda de medios electrónicos o redes sociales creando la posibilidad de conocer cómo es su imagen previa a la primera visita de un nuevo cliente sin olvidar que existen otras fuentes secundarias que dan referencias por medios de sus amigos y familiares; influye de manera primordial la calidad del servicio que brindan este tipo de establecimiento, el diseño del lugar, atención al cliente, experiencia que brinda el ambiente y la calidad del producto, al brindar este tipo de servicio se estaría creando lazos de fidelidad con el cliente es decir que este vuelva al local.

Al momento de emprender un negocio como un restaurante hay que tomar en cuenta que no solo se va a vender productos de calidad sino también una experiencia, respeto, firmeza, paciencia, seguridad en sí mismo, humildad, gratitud, un buen servicio viene ser un factor fundamental para que un negocio tenga éxito, como un buen emprendedor debemos de corroborar que este tipo de servicio se les esté brindando a todo cliente que llegue a nuestro establecimiento formando parte del equipo de trabajo, ya que un cliente satisfecho es el resultado de nuestra misión (Ponce, 2011).

## Conclusiones

El sector de los restaurantes constituye un sector de la economía que está en constante crecimiento y expansión en el país debido a las políticas públicas, se evidencian por la gran cantidad de empresas en la ciudad de Machala. El sector de los restaurantes se encuentra conformado en mayor magnitud por empresas de tamaño pequeño y micro es decir Pymes. Que tan productiva o no sea una empresa podría demostrar el tiempo de vida o sostenibilidad de la misma, independientemente de la cantidad de productos ofrecidos; por estas razones, la productividad es un factor fundamental en el desarrollo diario de todo negocio acompañado de los estándares de calidad del producto y servicio que se debe emplear para lograr que los clientes se sientan satisfechos y cubran sus expectativas.

## Agradecimientos

La presente ponencia se la elaboró dentro de las actividades y patrocinio del proyecto de investigación de la Carrera Gestión Empresarial de la UMET, Sede Machala. El proyecto se denomina Propuestas de mejoras de la competitividad interna/ empresarial de las mipymes de la Provincia de El Oro.

## Referencias Bibliográficas

- Avilés, M. (2007). Instituto de altos estudios nacionales. Obtenido de Instituto de altos estudios nacionales: <http://repositorio.iden.edu.ec/handle/2400/3739>.
- Cruz, J. (18 de febrero de 2016). Coloraldente. Obtenido de <http://coloraldente.com/los-8-problemas-mas-comunes-en-un-restaurante/>.
- EKOS, R. (2015). Un lugar para invertir. Ekos negocios , 120-124.
- Fuentelsaz, L. (2015). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores? *Universaria Business Review*, 14-31.
- INEC. (2014). Ecuador en cifras. Obtenido de Ecuador en cifras: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Manufactura/Presentacion\\_Resultados\\_Enc\\_Industriales2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Manufactura/Presentacion_Resultados_Enc_Industriales2014.pdf).
- Meter, W. (2011). Indicadores de productividad de una empresa. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com>
- Ponce, K. (2011). Abre una cantina. *Entrepreneur México*, 34-40.
- Revista Vistazo. (24 de abril de 2008). Obtenido de Hambre de mercado: <http://www.vistazo.com/impresadineroinprimir.php?Vistazo.com&id=2928>.
- SRI. (2016). Servicio de Rentas Internas. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/de/32>
- Moya, L. (2009). Repositorio digital- EPN. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/16163>