

# Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)

Estudiantes: Calles Blanco, Nelson Adrián y Coa Martínez, María Elena.

Tutora: **Núria Masferrer Llabines**

09/12/2022

*Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de/ vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)*

## **MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE POSTGRAU**

---

**Postgrau en gestió de cooperatives i empreses d'economia social**

### **Dedicatoria:**

*A la comunidad migrante, a todas aquellas personas que salen de sus países de origen, buscando mejores oportunidades de vida.*

## **Agradecimientos**

A la Profe Núria Masferrer, por su acompañamiento, paciencia y trabajo conjunto.

A Rosabel y Juan Carlos, por el apoyo y participación durante el postgrado y en la realización de este trabajo.

A nuestra compañera Núria Ramón, por animarnos a hacer el postgrado, en sus palabras “el conocimiento nunca estorba”.

Al Sindicato de Manteros de Barcelona, La Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes, SCCL y l’Associació Popular de Vendedores Ambulantes, gracias por darnos la oportunidad de hacer carrera en el proyecto social Top Manta.

## **RESUMEN DEL PROYECTO**

Se propone un proyecto de intervención / emprendimiento para la Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes de Barcelona, SCCL., conocida comercialmente como Top Manta. La Cooperativa, a través de la confección textil de ropa y la comercialización de zapatillas, tiene como objetivo principal lograr la regularización migratoria de personas provenientes de África que se dedican a la venta ambulante, debido a la falta de políticas migratorias justas en el territorio español.

La Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes de Barcelona es una cooperativa de trabajo asociado de la economía social y solidaria sin ánimo de lucro y con metas totalmente sociales, el alcance va más allá del área metropolitana de Barcelona, y la necesidad de recursos es constante. Siendo esta, la razón por la que se genera la iniciativa de abrir una nueva línea de negocio para así aumentar los ingresos, generar más puestos de trabajo y en un futuro alcanzar la auto sostenibilidad. Existe también una motivación personal de los autores de este documento debido a su condición de migrantes residentes en España. La puesta en marcha y la sostenibilidad de ideas de negocio del colectivo, permiten mejorar la situación socioeconómica de personas en las mismas condiciones, genera motivación y buenas expectativas de los nacionales, aumenta la posibilidad de cambios en las políticas migratorias que beneficien a los ciudadanos extranjeros, en especial africanos y afrodescendientes.

Diversificar el negocio de Top Manta más allá del sector textil, con la apertura del restaurante-escuela, dará oportunidades de desarrollo profesional a más miembros del colectivo con conocimientos y experiencia en el sector de la restauración, resultará en una fuente de ingresos para el beneficio de la Cooperativa para asegurar su sostenibilidad en el tiempo y para el soporte de luchas sociales por los inmigrantes. Es por esto que el restaurante-escuela no es solo una alternativa gastronómica para la ciudad de Barcelona, sino que también se espera mostrar a través de él, la realidad de la comunidad migrante, en un ambiente confortable donde todo el que forme parte, pueda sentirse apreciado, recrear la hermandad propia de los países de origen del colectivo, y ser una alternativa al capitalismo tradicional, donde el fin no es otro que el lucro y el beneficio puramente económico.

Esta nueva línea de negocio es un proyecto de restaurante-escuela africano, específicamente de gastronomía senegalesa, que está en la mente del colectivo mantero desde los inicios de las actividades sociales del sindicato. En 2017 cuando nace la marca Top Manta, los recursos eran tan escasos que los miembros del colectivo mantero ofrecían servicios de catering para eventos, y todos los beneficios de esta actividad eran destinados a impulsar la marca. La apertura del restaurante es un sueño que se ha planteado desde entonces, pero la falta de fondos, y del conocimiento de cómo hacerlo bajo las regulaciones españolas desde dentro del colectivo, ha complicado su realización.

La cocina es muy apreciada dentro del colectivo mantero, y contamos con profesionales del área que quieren darle utilidad a sus talentos y capacidades, y ponerlos a la orden del proyecto Top Manta.

Así como en su momento se identificaron miembros del colectivo mantero con destrezas para la confección de piezas de ropa, lo que permitió entonces la creación de la marca de ropa Top Manta, desde hace algún tiempo un grupo de mujeres se ha acercado a los talleres y tiendas Top Manta a plantear oportunidades para el desarrollo del negocio gastronómico con una visión inclusiva, promoviendo valores de consumo responsable, alimentos de buena calidad para las personas y el entorno, oportunidades de empleo y formación para los migrantes africanos y afrodescendientes, etc.

Se ha identificado el público objetivo para nuestro restaurante-escuela, se trata de personas, especialmente grupos familiares, con conciencia social o los llamados activistas del consumo, generalmente residentes, aunque esperamos ser los favoritos de los turistas, dada la cantidad de personas de otras partes del mundo que ya conocen la marca y consumen nuestra ropa.

El modelo de negocio del restaurante-escuela tiene dos vías de monetización:

- La oferta gastronómica, abierta a todo público, y en forma competitiva con otros restaurantes de la ciudad. Tendremos promociones y ofertas una vez a la semana, la posibilidad de hacer pedidos para llevar en la página web y estaremos en la plataforma de Mensakas para el servicio de entrega a domicilio.

- El crowdfunding a través de redondear los importes a la hora de pagar, explicando a los clientes las causas sociales y de lucha antirracista a las cuales están aportando.

Los cursos de formación de cocineros y cocineras, ayudantes de cocina, camareros y camareras, administradores de restauración, etc., estará dirigido especialmente a personas migrantes. Se otorgarán becas a partir de un fondo de la Cooperativa creado para tal fin. De ser necesario, se cofinanciarán con subsidios y subvenciones.

## **Contenido**

|  |    |
|--|----|
| 1. OBJETIVOS .....                                       | 9  |
| 2. EQUIPO EMPRENDEDOR.....                               | 10 |
| 3. ANTECEDENTES .....                                    | 12 |
| 3.1. Migración.....                                      | 12 |
| 3.2. Restauración .....                                  | 13 |
| 4. METODOLOGÍA DE TRABAJO.....                           | 14 |
| 5. PLAN DE MERCADO .....                                 | 15 |
| 5.1. Razón de Ser del Servicio.....                      | 15 |
| 5.2. Descripción y Política del Producto o Servicio..... | 15 |
| 5.3. Público Objetivo.....                               | 17 |
| 5.4. Propuesta de Valor.....                             | 18 |
| 5.5. Análisis del Entorno General .....                  | 19 |
| 5.6. Análisis del Mercado .....                          | 24 |
| 5.7. Estimación de la demanda.....                       | 25 |
| 5.8. Análisis de la Competencia.....                     | 26 |
| 5.9. Política de Comunicación y Publicidad .....         | 29 |
| 5.10. Política de Distribución .....                     | 30 |
| 5.11. Política de Precios.....                           | 30 |
| 6. PLAN DE OPERACIÓN.....                                | 31 |
| 6.1. Recursos y operación .....                          | 31 |
| 6.2. El Talento Humano.....                              | 33 |
| 6.3. Gestión de la calidad.....                          | 35 |
| 6.4. Seguridad e higiene y gestión medioambiental .....  | 36 |
| 7. PLAN JURÍDICO Y FISCAL.....                           | 37 |
| 8. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....                      | 38 |
| 8.1 Plan de inversión .....                              | 38 |
| 8.2 Plan de financiación .....                           | 39 |
| 8.4 Rentabilidad.....                                    | 41 |
| 9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....                   | 43 |

|  |    |
|--|----|
| 10. BIBLIOGRAFIA.....  | 45 |
| ANEXOS.....  | 46 |
| ANEXO 1 – CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....                                 | 46 |
| ANEXO 2 – PLAN DE INVERSIONES INICIALES.....                           | 47 |
| ANEXO 3 – PLAN DE FINANCIAMIENTO.....                                  | 48 |
| ANEXO 4 – PLAN DE TESORERÍA / FLUJO DE CAJA.....                       | 50 |
| ANEXO 5 – PREVISIÓN DE CUENTA DE RESULTADOS.....                       | 51 |
| ANEXO 6 – PREVISIÓN DE BALANCE DE SITUACIÓN.....                       | 52 |
| ANEXO 7 - ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL CONTEXTO DE INTERVENCIÓN..... | 53 |
| ANEXO 9 - CAMPAÑAS PRINCIPALES DE TOP MANTA.....                       | 58 |

---



## **1. OBJETIVOS**

Los objetivos claves del Proyecto antes descrito, y de este documento son los siguientes:

### Objetivo General

- \* Incorporar la nueva línea de negocio de restauración para la marca Top Manta, bajo la perspectiva de restaurante-escuela social y solidaria, abriendo una nueva fuente de ingresos y oportunidades para el colectivo, que permitan consolidar el negocio actual de Top Manta y ganar más capacidades aportadas por la comunidad mantera y los inmigrantes en la ciudad de Barcelona.

### Objetivos Específicos

- \* Definir toda una nueva propuesta gastronómica distinta para la ciudad de Barcelona, incorporando el concepto de restaurante-escuela, ingredientes de proximidad, de alta calidad nutricional, con una razón social sin ánimo de lucro, que llame la atención del público para que decidan consumirla y contribuir con el proyecto Top Manta.
- \* Mostrar una forma diferente de trabajar el negocio de la restauración, uno de los más importantes de la ciudad, donde poner a las personas en el centro y el trabajo colectivo serán la regla, y no el beneficio económico.
- \* Lograr la implementación exitosa de esta nueva línea de negocio que se traducirá en dar un espacio para el trabajo de cocineras y cocineros, camareros y camareras, y administradores de la restauración del colectivo mantero que vive en Barcelona y aumentar la presencia femenina en las iniciativas de emprendimiento en del colectivo mantero, que hasta hace poco fue 100% masculino.
- \* Garantizar la sostenibilidad y rentabilidad del restaurante-escuela como mínimo durante los primeros 3 años de funcionamiento, de manera de generar beneficios y flujo de caja para aportar a las causas sociales del colectivo, para reinvertir en más puestos de trabajo e impulsar la lucha antirracista, inclusión e igualdad de Top Manta.

## **2. EQUIPO EMPRENDEDOR**

Top Manta es la marca de la Cooperativa de Vendedores Ambulantes de Barcelona, un colectivo de inmigrantes africanos y afrodescendientes, cuya llegada a España está marcada por el racismo institucional y la Ley de Extranjería.

Aquellos inmigrantes que logran quedarse en España se topan con la pobreza y la exclusión a la que los condena la ley de extranjería, según la cual deben permanecer tres años en el país antes de poder acceder a un permiso de trabajo y de residencia. La manta es la única alternativa para sobrevivir mientras tanto.

En 2015, un grupo de doscientos vendedores ambulantes de Barcelona se unieron en el Sindicato Popular de Vendedores Ambulantes, desde el 2017 la Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes, para tener voz propia, defender sus derechos y negociar con las administraciones.

En 2017 se lanza la marca de ropa social y solidaria Top Manta, un taller de serigrafía y otro de costura con la intención de mejorar las condiciones de vida como colectivo, sacar a los integrantes del colectivo de la calle, favorecer la regularización administrativa de las personas, y ampliar la denuncia a través de proyectos, campañas y acciones de comunicación capaces de impactar en el imaginario colectivo.

Top Manta se ha convertido en un agente social y político de referencia más allá de la ciudad de Barcelona con multitud de complicidades, que ha logrado regularizar la vida de muchos compañeros y compañeras.

**MISIÓN:** Sacar a los manteros de la calle / Desestigmatizar al colectivo

**ESTRATEGIA:** Regularizar la situación migratoria / Campañas de comunicación

**ACCIÓN:** Marca de ropa Top Manta

Top Manta es mucho más que una marca de ropa, es un movimiento, un punto de encuentro, un símbolo, una excusa para hablar de antirracismo y justicia social con los códigos que todas las personas, sin excepción, entienden: los de la publicidad y la moda.

Para las personas migrantes, Top Manta, cambia el imaginario colectivo que las considera personas sin estudios y sin ideas, únicamente útiles como mano de obra barata en los campos de cultivo o en los servicios de limpieza.

Para toda la sociedad en general, Top Manta cambia el imaginario colectivo relativo al modelo de vida ideal impuesto, y apuesta por otro que ponga en el centro a las personas y al planeta.

Las claves que definen a la marca Top Manta y a la Cooperativa son las siguientes;

- \* **COLECTIVIDAD:** En Senegal las comunidades funcionan como grandes redes de solidaridad. Desde el inicio del Sindicato mantero, siempre se ha usado esta lógica colectiva para organizarse y ayudar a los miembros del colectivo. Se apuesta por un espacio horizontal basado en la economía social y solidaria.
- \* **NO EXPLOTACIÓN:** Las tierras y cuerpos del colectivo inmigrante saben bien que la riqueza no es inocente de la pobreza, y por eso en Top Manta se apuesta por un modelo de producción basado en la no explotación y el salario justo.
- \* **DIVERSIDAD:** Lo mejor del mundo es que en él caben muchos mundos. La Cooperativa persiste en compartir sus saberes con su tierra de acogida y con el mundo para hacerlo más rico, más plural y más bello. La estética de Top Manta representa la convivencia entre dos mundos: Senegal y Barcelona.
- \* **ANTIRRACISMO:** Hoy, por desgracia, la desigualdad sigue vigente y el racismo, que es intrínseco en todas las sociedades, todavía condiciona plenamente sus vidas. Top Manta es radicalmente antirracista y reivindica la igualdad de oportunidades entre todas las personas independientemente de su color de piel u origen.
- \* **JUSTICIA SOCIAL:** Mientras unas personas tengan tanto y otras tan poco, el inmigrante seguirá viviendo en un modelo de vida violento que nos enfrenta como seres humanos y condena a los inmigrantes a los márgenes de la vida. Por eso estamos convencidos que un modelo alternativo es imprescindible.

El equipo emprendedor que llevará adelante el restaurante-escuela de gastronomía senegalesa serán los autores de este trabajo final de postgrado, María Elena Coa M., y Nelson A. Calles, responsable del área de administración de la marca, y serán ellos los impulsores del proyecto, tanto en la elaboración del plan de negocio, factibilidad y la puesta en funcionamiento. Igualmente se contará con el apoyo de los socios trabajadores de la Cooperativa, los miembros del Sindicato de Manteros de Barcelona para llevar a cabo este proyecto.

### **3. ANTECEDENTES**

#### **3.1. Migración**

Desde la antigüedad el ser humano ha estado en constante tránsito. Algunas personas se desplazan en busca de trabajo o de nuevas oportunidades económicas, para reunirse con sus familiares o para estudiar. Otros se van para escapar de conflictos, persecuciones, del terrorismo o de violaciones o abusos de los derechos humanos. Algunos lo hacen debido a los efectos adversos del cambio climático, desastres naturales u otros factores ambientales.

En la actualidad, el número de personas que vive en un país distinto al de su país natal es mayor que nunca. Según el Informe sobre las migraciones en el mundo 2020 de la OIM, a junio de 2019 se estimaba que el número de migrantes internacionales era de casi 272 millones en todo el mundo, 51 millones más que en 2010. De estos, 164 millones son trabajadores migrantes. Asimismo, se estima que hay 38 millones de niños migrantes y tres de cada cuatro está en edad (20 y 64 años) de trabajar. Casi dos tercios eran migrantes laborales. Los migrantes internacionales constituían el 3,5% de la población mundial en 2019, en comparación con el 2,8% en 2000 y el 2,3% en 1980.

Si bien muchas personas migran por elección, muchas otras migran por necesidad. Según el ACNUR, el número de personas desplazadas por la fuerza en todo el mundo era de 79,5 millones a finales de 2019. De ellos, 26 millones eran refugiados. Europa acoge alrededor de 30% de la población migrante internacional.

La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) define a un migrante como cualquier persona que se desplaza, o se ha desplazado, a través de una frontera internacional o dentro de un país, fuera de su lugar habitual de residencia

independientemente de: 1) su situación jurídica; 2) el carácter voluntario o involuntario del desplazamiento; 3) las causas del desplazamiento; o 4) la duración de su estancia.

La Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible reconoce por primera vez la contribución de la migración al desarrollo sostenible. Once de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) contienen metas e indicadores que son pertinentes para la migración o el desplazamiento. El principio básico de la Agenda es "no dejar a nadie atrás" y esto incluye a los migrantes.

### **3.2. Restauración**

Muchas son las ciudades que se disputan el honor de tener el primer restaurante entre sus calles en Europa. Entre éstas se encuentran Madrid y París. En la primera se cree que ya en 1725 había una casa de comidas próxima al concepto que hoy conocemos como restaurante. Sin embargo, será París en 1765, la que presente un local más documentado.

Antes ya existían tabernas, mesones y posadas, como lugares públicos donde los viajeros podían descansar, comer y beber. Estos espacios no tenían mesas individuales, ni mantelerías, y la vajilla utilizada era básica. Tampoco disponían de una carta con variedad de comidas.

Será Boulanger, quien en su local de la calle Des Poulies de París, ofrezca aún con un servicio modesto, la posibilidad de comer en mesas individuales, una carta con alguna variedad y estacionalidad de platos y horarios de almuerzo y cena.

Si Boulanger fue el pionero en el servicio de restauración, años más tarde, Antoine Beauvilliers, Conde la Provença, abrió su propio restaurante y establecería en su libro "L'art du Cuisinier", las normas del arte culinario y Jean Anthelme Brillat-Savarin, quien frecuentaba el restaurante de Beauvilliers, el que destacaría los cuatro requisitos claves del negocio: ambiente elegante, servicio amable, cocina superior, y bodega selecta.

La proclamación de la República en Francia terminó con el empleo de los cocineros que trabajaban para la nobleza, ello supuso que para continuar ejerciendo su profesión tuvieran que abrir sus propios establecimientos.

El concepto de restauración con enfoque social, tal cual como el que proponemos se propone, no existe ahora mismo en la ciudad de Barcelona. Sobre todo, porque el restaurante-escuela, busca también un proyecto de sensibilización. El restaurante-escuela no se quedará restringido al ámbito de la formación y la creación de puestos de trabajo a través de la explotación del restaurante, sino que también quiere ser un proyecto con valores y misión centrada en la sensibilización de la situación de vulneración de derechos que sufre el colectivo de inmigrantes en Barcelona. Al mismo tiempo, los productos que se ofrecerán en el restaurante estarán en consonancia con los valores sociales y cooperativos que se han defendido desde siempre con la marca Top Manta.

Respecto a restaurantes-escuela también existe un gran número y de mucho prestigio, pero uno con la visión social, donde se trabaje por y para los migrantes, no existe en la ciudad.

Hay registros de proyectos que fusionan la restauración con un enfoque social, como por ejemplo, el restaurante social cooperativo sin ánimo de lucro La Porta Del Món en Banyoles, el restaurante africano El Mandela en Madrid, la Cooperativa Abarka servicio de catering en Barcelona y Mescladís también en Barcelona, pero no hay evidencias de que sean una iniciativa colectiva. Todos ellos, con su propio estilo, llevan de la mano el exigente trabajo de la cocina y a la vez aportando una solución a una denuncia que se hace a la sociedad.

#### **4. METODOLOGÍA DE TRABAJO**

El proyecto a desarrollar es para una Cooperativa existente y en funcionamiento que quiere abrir una nueva línea de negocio muy diferente a la que se dedica hoy día. Por esta razón se considera un proyecto de intervención, pero con matices de emprendeduría, porque no existe relación directa entre la actividad comercial actual con la que es fundamento de este trabajo.

La metodología que se plantea está basada en la estructura de un plan de empresa convencional: resumen ejecutivo, descripción, estudio de mercado, análisis de la competencia, estrategias de marketing y financiación de la empresa. Incorporando

aspectos de comunicación que se consideran indispensables para su ejecución exitosa, adaptándose así a las necesidades propias del proyecto a desarrollar.

A continuación, se establecen las etapas a desarrollar para mostrar la viabilidad del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa, que responda al modelo de comercio responsable, y a la promoción y difusión de este modelo, como nueva línea de negocio de la Cooperativa Popular de vendedores Ambulantes de Barcelona, SCCL., cooperativa de trabajo asociado, sin ánimo de lucro y de iniciativa social.

- \* Presentar la propuesta de nuevo negocio del restaurante-escuela, definiciones, y concepto, necesarios para entender el tipo de proyecto propuesto.
- \* Realizar el análisis económico financiero para la apertura y puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa en la ciudad de Barcelona, para determinar su viabilidad.
- \* Determinar el presupuesto de tesorería necesario para hacer frente a los compromisos a corto plazo y la gestión diaria del restaurante – escuela, para garantizar así su puesta en marcha y funcionamiento,
- \* Presentar el plan de negocio que garantice la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto restaurante-escuela., que permita la formación de profesionales de la restauración.

## **5. PLAN DE MERCADO**

### **5.1. Razón de Ser del Servicio**

La razón de ser principal del servicio es la creación de puestos de trabajo y capacitación para el colectivo migrante que busca regularizarse a través del arraigo laboral.

### **5.2. Descripción y Política del Producto o Servicio**

Nuestro proyecto es un restaurante-escuela gestionado por el colectivo mantero, que ofrecerá platos únicos de fusión africana mediterránea, elaborados con productos de proximidad, con sabores típicos del Senegal, con atención y gestión de personas en formación.

El restaurante-escuela de gastronomía senegalesa, tendrá como eje fundamental el bienestar de las personas, tanto de los clientes como del equipo de trabajo que lo gestionará, los estudiantes y personal formador. Se creará un ambiente cordial, sirviendo productos de calidad, con una atención de primera y con los mejores profesionales en formación. Igualmente, el funcionamiento estará enmarcado dentro del respeto al medio ambiente, el consumo de proximidad, invitando a todos los que nos visiten a formar parte de un cambio a la hora de consumir.

El área de la cocina será de unos 40 - 60 metros cuadrados porque será allí donde también se darán las clases prácticas, un comedor también para prácticas de hasta 80 metros cuadrados, donde los profesionales en formación realizan un aprendizaje prácticamente ceñido a la realidad, debido a que también será el sitio para recibir al público consumidor.

Nuestro principal producto será la comida y bebidas, dispondremos de una carta de cócteles sin alcohol tanto fríos como calientes para el disfrute de nuestros visitantes. Se prepararán cuatro menús de platos y bebidas al año, una para cada estación, para así utilizar alimentos de temporada. La proteína animal será principalmente el pescado, cordero, pollo y ternera, con base en el arroz y las verduras, que es la preparación más popular en Senegal. El restaurante servirá desde las 11.00 h y hasta las 22.00 h de martes a domingo, en horario continuo, donde se establecerán el momento del desayuno, la comida y la cena. El periodo de tiempo entre las 16 y las 19h será para atender principalmente a los turistas que normalmente no tienen opciones durante la tarde y para servir cocteles y tapas.

Se procurará una experiencia inmersiva para los comensales y todos lo que tengan a bien visitar el restaurante-escuela, la decoración, la indumentaria, la carta y todos los elementos estructurales, estarán comunicando los valores de Top Manta. Utilizaremos códigos QR para explicar las imágenes de los murales que estarán en las paredes, en las mesas y sillas, en la mantelería, en los platos y bebidas. Todos los platos tendrán una descripción de sus ingredientes y el aporte de nutrientes, así como las bebidas.

El café touba, será también parte de nuestro menú a mediano o largo plazo, porque queremos introducir al público no africano esta bebida muy popular en Senegal. La idea



es poder hacer tertulias en torno a esta bebida que forma parte de la idiosincrasia senegalesa.

La calidad formará parte de cada uno de los aspectos del proyecto, las instalaciones, las formaciones, los formadores, la gestión, la atención al público, los productos: comidas, bebidas, postres, eventos, entrega a domicilio a través de la plataforma Mensakas [Mensakas \(coopcycle.org\)](http://Mensakas (coopcycle.org)), entre otros. Igualmente estará muy presente en todo lo que hagamos la sensibilización al público sobre los problemas que viven los inmigrantes en este país. Será parte del producto – servicio, fomentar el activismo gastronómico, iniciado por la Cooperativa Abarka, SCCL., y que nosotros desde Top Manta con el negocio textil, hemos logrado ser líderes.

### **5.3. Público Objetivo**

El público objetivo se puede identificar en tres vertientes u objetivos igualmente importantes para la Cooperativa:

- \* En primer lugar, el público que disfrutará de los servicios de la escuela-restaurante, experimentando la gastronomía senegalesa que el colectivo ofrecerá son los residentes de Barcelona, y los turistas nacionales e internacionales que visiten nuestra ciudad. El restaurante constituirá una novedosa e innovadora oferta gastronómica en el negocio de restauración de una ciudad tan diversa y visitada como lo es Barcelona, y contribuirá modestamente a ampliar la oferta de ocio de la ciudad.
- \* En segundo lugar, el restaurante-escuela de gastronomía senegalesa es una propuesta familiar, para grupos de personas entre 30 y 50 años con niños o no, con conciencia social y medioambiental, llamados también activistas del consumo, que cuidan lo que comen y saben el poder que tienen al tomar una decisión al comprar.
- \* En tercer lugar, la escuela de cocina y gastronomía senegalesa está dirigida a todo aquel que quiera aprender las artes de la cocina africana, así como las técnicas básicas de la cocina y del negocio de la restauración, incluyendo cocineros y cocineras, ayudantes de cocina, camareros y camareras, administradores de restauración, etc. Es la intención de la Cooperativa dirigir la formación ofrecida primeramente a los inmigrantes afrodescendientes que se

encuentra en situación migratoria irregular de manera de facilitarles la consecución de un trabajo digno en este negocio y, de esta manera, poder regularizar su situación además de proveerles de un ingreso para sostener a sus familias.

#### **5.4. Propuesta de Valor**

Ofrecemos una propuesta diferente, empresa colectiva, de comida sana y con productos de proximidad, que entiende la gastronomía como componente cultural y donde los platos a ofrecer y el servicio serán una herramienta transformadora.

La lucha por la igualdad y el consiente serán las bases fundamentales de nuestro restaurante-escuela, donde ofreciendo productos de proximidad cocinados y servidos por inmigrantes, intentaremos darle protagonismo a los productos locales, cambiando el discurso de la globalización que ha llevado a la población al consumo desmedido.

Otro eje fundamental del restaurante-escuela será enmarcarlo dentro de la filosofía de residuo cero. Inspirados en propuestas como Silo restaurante en Londres <https://silolondon.com>, Lanterna di Diogene en Módena [Sobre nosotros < La linterna de Diógenes \(lalanternadidiogene.org\)](#) y el Bar Paradiso en Barcelona, que tienen incorporado estos procesos. Estarán implementadas dentro de las formaciones y prácticas de la escuela, y en la preparación y servicio de la comida del restaurante, técnicas como el uso de un ingrediente como protagonista de un plato, métodos de cocción con enzimas y fermentación, que son las que permiten el aprovechamiento de todos las partes de los ingredientes. Igualmente se utilizarán ingredientes de cultivos y crías eco, sin pesticidas, ni conservantes para que el uso de las cascaras y las partes más externas de los alimentos no sean un problema.

Otro aspecto muy importante es que se hará alianzas con cooperativas agrarias para la adquisición de los ingredientes, evitar el uso de empacados, y permitir el uso de metodologías de cocinado lento o slow cooking.

Por último, es necesario resaltar que estamos totalmente engranados con cinco de los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible:

- \* Trabajo decente y crecimiento económico. La erradicación de la pobreza solo es posible mediante empleos estables y bien remunerados, por ello, con este proyecto, se crean puestos de trabajo, garantizando sus aportes a la seguridad social, a través de un contrato con todos los beneficios de ley. Toda la sociedad sale beneficiada, mientras más personas sean productivas y contribuyan al crecimiento de su país.
  - \* Reducción de las desigualdades. En el proyecto se trabaja en minimizar las desigualdades en el género, la edad, la discapacidad, la orientación sexual, la raza, la clase, y el origen étnico, dando oportunidad a quien quiera apoyar el proyecto.
  - \* Producción y consumo responsable. En el proyecto se contempla el uso de materias primas, insumos y todo lo necesario para la elaboración con productos de proximidad. Al tener proveedores locales con prácticas sostenibles, se marca la diferencia y ejerce presión sobre las empresas para que adopten procesos que beneficien al ambiente y a las personas.
- Igualdad de género. A pesar de que la base fundadora del proyecto está representada por hombres senegaleses, hoy en día hay presencia de mujeres que están haciendo cada vez más un trabajo igualitario, que las ha empoderado y además tienen las capacidades para trabajar en el restaurante, no sólo en la cocina, sino también en la atención al cliente y en la administración.

## **5.5. Análisis del Entorno General**

En España, el sector servicios representa la fuente de ingresos fundamental para el país, hablamos de un 67,8% del PIB y emplea al 76% de la población activa, según la información del portal <https://santandertrade.com/>. Es la península, el segundo destino turístico más popular del mundo (83,7 millones de turistas en 2019, antes del inicio de la pandemia).

### **Sector Turismo**

En marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud declaró oficialmente pandemia internacional la situación de emergencia de salud pública ocasionada por la Covid-19, lo que provocó que, a nivel global, el turismo experimentara una crisis sin precedentes: la oferta turística se vio fuertemente recortada, causando que las llegadas

internacionales cayeran un -74% respecto al año anterior y, según la Organización Mundial del Turismo, los ingresos directos por turismo se redujeron alrededor de los 2 billones de dólares, lo que significa más del 2% del PIB mundial.

La pandemia provocó un fuerte impacto negativo en la actividad turística en Barcelona. Aún así, con estas restricciones y disminución de la actividad, el sector turismo representa un 14,2% de la actividad económica de la ciudad y de la provincia de Barcelona. Existen un total de cerca de 18.000 empresas dedicadas a la restauración, que emplean alrededor de 160.000 personas, del total de 2,5 millones de trabajadores de la industria turística.

Evidentemente la pandemia afectó notablemente el número de turistas que visitó Barcelona y en general toda Cataluña y España durante el 2020. Solamente en la ciudad de Barcelona la cantidad de turistas que se alojó en hoteles en el 2020 disminuyó de los 14,52 millones del 2019 a 3,34 millones en el 2020, una reducción del 77%. Siendo esta última cifra similar a la reducción del turismo en apartamentos turísticos y viviendas turísticas. En total la reducción del turismo en Barcelona durante el 2020 se ubicó en un total de 5,0 millones de personas contra la cifra del 2019 de casi 22,00 millones de turistas.

El nivel de estudios del turista promedio que arriba a Barcelona se ubica en un total de 78% entre profesionales y secundarios profesionales, es decir que en general el turista tiene un nivel adquisitivo adecuado para acceder a la oferta turística, cultural y de restauración que ofrece la ciudad. Adicionalmente la estadística muestra que de los turistas que arriban a Barcelona, un 76% lo hace con la intención principal de degustar la gastronomía y visitar restaurantes, lo cual favorece la emprendeduría del sector de restauración en la ciudad. Igualmente, el gasto medio por día del turista se ubica en 68 Euros, siendo 52,9 euros de esta cifra destinados a comer, lo cual demuestra la posibilidad de acceder a la oferta de restaurantes de Barcelona.

En 2021 con el fin del estado de alarma se logró una cifra de 4,5 millones de turistas, aún muy por debajo de los 12 millones de turistas alcanzados en el 2019, un 45% menor a la de 2019. La tendencia del turismo internacional en Barcelona para el 2022 ha mejorado notablemente, gracias al control de la pandemia y de la confianza que ofrece

el país como destino, y en el periodo de enero a julio del 2022 se habían contabilizado cerca de 900.000 turistas más que en todo el año 2021.

El número de turistas internacionales que llegaron a Cataluña hasta agosto de 2022 fue de 3,0 millones de turistas, que supone una variación positiva del 75,78% en comparación con el mismo periodo del año anterior, aunque aún muy lejos del total anual de 12 millones alcanzado en el 2019. En agosto de 2022, el gasto total que los turistas extranjeros se dejaron en Cataluña fue de 2.407 millones de euros, con una variación positiva del 114,09% en comparación con el mismo periodo de 2017. En cuanto al gasto medio diario de los turistas, en agosto de 2022 los turistas se dejaron 183 euros de media en España. Esta cifra supone una variación positiva de 20,39% en comparación con el mismo periodo del año anterior, lo cual indica que no solo ha mejorado la afluencia de turistas sino también el nivel medio de gastos por turista. marcando una clara tendencia a la recuperación de los valores récord del año 2019.

Se espera que, manteniéndose las condiciones actuales, el turismo de ocio en Barcelona y sus alrededores, siga recuperándose durante el 2023, resultando en excelentes oportunidades para el sector de restauración por el incremento tan importante de los potenciales clientes. Por lo tanto pensamos que el momento, y las circunstancias de los sectores turismo y de restauración, favorecen la instalación de un restaurante-escuela senegalés como el considerado en nuestro proyecto.

### **Sector Restauración**

Durante los años 2021 y 2022 el sector de la restauración ha avanzado en su recuperación, pero sigue lejos de los niveles que tenía antes de que se desatase la pandemia. En 2021, los diferentes formatos que componen esta actividad, desde restauración comercial a cantinas de empresa o máquinas de vending, generaron un negocio de 28.988 millones de euros, un avance del 33% respecto a 2020, el año negro para el sector por los cierres y las restricciones. La cifra aún está un 23% por debajo del gasto generado en 2019, según los datos de la consultora NPD. Para el conjunto de la hostelería, la patronal Hostelería de España manejaba una caída del 30% respecto a ese año.

En el año 2019, antes de la pandemia COVID y del confinamiento establecido el 14 de marzo de 2020 y que se prolongó hasta el 21 de junio, existían en Cataluña un total de

47.000 empresas dedicadas a la restauración, que representaba un total de 54.500 establecimientos en este sector, cerca de 10.000 en la ciudad de Barcelona, los cuales empleaban un total de 211.600 personas, y generaban un volumen de negocios de 10.330 millones de euros.

Tras sufrir un fuerte retroceso en el ejercicio del 2020, como consecuencia de la caída de la demanda motivada por la crisis sanitaria, los ingresos generados en el Sector de Restauración por las empresas de catering experimentaron en 2021 un gran crecimiento. Así, el valor del mercado aumentó un 14,7% en el ejercicio 2021, hasta situarse en 2.920 millones de euros.

El número de trabajadores en el Sector de Restauración se ha visto reducido desde el año 2020 hasta llegar a los 75.000 trabajadores a lo largo del año 2021 ya que las consecuencias de la epidemia COVID- 19 continuaron afectando muy negativamente a la prestación de servicios de restaurantes y catering.

Para el 2022 se apunta a un incremento de las ventas en hostelería de un 100,7% respecto a 2021, tras la caída del 50% en facturación sufrida en 2020 y el cierre de más de 8.000 restaurantes, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE). Para finales de 2021, el sector ya había conseguido aumentar en un 33% su facturación.

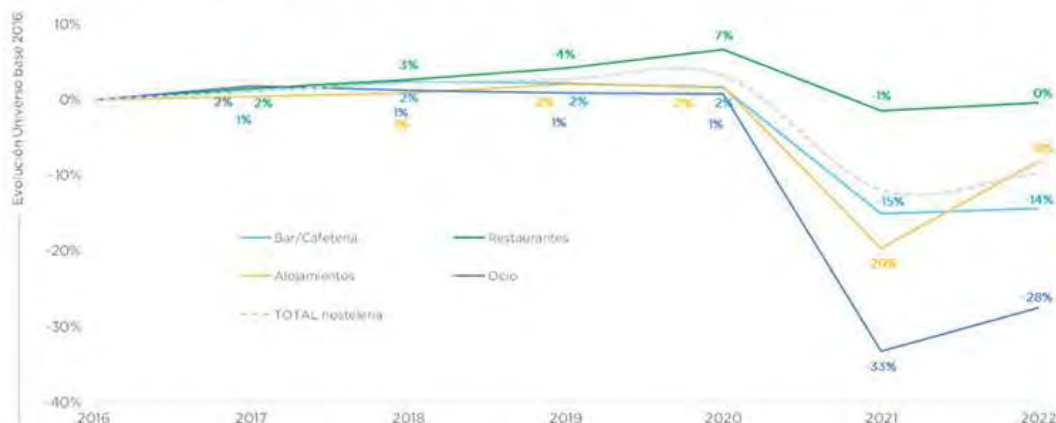
## Leve crecimiento: 268.370 establecimientos #hosteleros censados a febrero 2022

268.370 establecimientos (+2,5%)



Fuente: UVE DATA Market 2022 - Comparativa febrero 2021

## Evolución por tipología de establecimiento 2016-2022



Fuente: UVE DATA Market 2022



Adicionalmente, en los actuales momentos existen planes de incentivos y ayudas a nivel del Ayuntamiento de Barcelona, para soportar y contribuir con la recuperación en marcha del sector restauración en la ciudad. El Ayuntamiento de Barcelona está apoyando la recuperación del sector de la restauración de la ciudad con la puesta en marcha de la Estrategia y Plan de Acción 2021-2024, un plan que cuenta con un presupuesto de 2,5 millones de euros.

El plan se propone impulsar incentivos económicos para los restaurantes mediante ayudas y subvenciones e incorporar la temática de la restauración a las convocatorias de subvenciones ya existentes. Asimismo, se convocarán subvenciones específicas para potenciar la innovación y sostenibilidad y hacer más robusto el tejido gastronómico en Barcelona. La Cooperativa posee amplia experiencia positiva con el Ayuntamiento en la obtención de ayudas y subvenciones para el impulso de su negocio de ropa, y entiende que podrá acceder a alguna de estas ayudas también para su negocio de restauración y escuela culinaria.

El espacio de crecimiento generado por la reducción muy importante del volumen de negocio y de número de locales de restauración en Barcelona debido a la pandemia COVID, así como la recuperación rápida durante los años 2022 y 2023 anticipada en los sectores turismo y de restauración, conjuntamente con los planes de incentivos y ayudas del Ayuntamiento de Barcelona, crean un clima muy positivo para la instalación de

nuevos establecimientos de restauración, y para una oferta diferenciada con respecto a la oferta típica de la ciudad. Así mismo esta reactivación generará una demanda importantísima de personal capacitado en las áreas culinaria, de servicios, y de administración de restaurantes, necesidad que se pretende servir con los cursos de formación del restaurante-escuela senegalés.

## **5.6. Análisis del Mercado**

Barcelona es una ciudad cosmopolita, la segunda ciudad más importante de España y la número once de Europa. Según Wikipedia, es reconocida como una ciudad global, debido a que convergen muchas culturas, goza de una sólida base financiera y comercial, y es un destino turístico frecuente. Tiene uno de los puertos más importantes del Mediterráneo y es también un punto determinante de comunicaciones entre España y Francia, debido a las conexiones por autopista y alta velocidad ferroviaria.

Tuvimos la oportunidad de hacer una encuesta durante la clase de Marketing Social y pudimos constatar que, del total de la muestra el 50% estaba dispuesta a probar una opción diferente en cuanto a sabores, otras carnes a las habituales en la península, sin alcohol y atendido por inmigrantes.

Respecto a la competencia, existen en Barcelona doce restaurantes-escuela y cinco son de mucho prestigio en Europa. Hablamos de escuelas de cocina con matrículas a pagar por los estudiantes o con ofertas reducidas en el caso de formaciones subvencionados, y la gastronomía que ofrecen es principalmente mediterránea. Ahora bien, nuestro proyecto propone capacitación específicamente para inmigrantes sin papeles, prácticas y posteriormente su colocación en una empresa del sector. Se propone también el servicio de restauración con gastronomía fusión africana – mediterránea para lograr así el mantenimiento y sostenibilidad del negocio.

En esta era post pandemia, entendemos la necesidad de un negocio versátil, que pueda adaptarse a entornos cambiantes. Es por esto que tendremos una página web única para el restaurante-escuela y servicio para llevar y entrega a domicilio.



## **5.7. Estimación de la demanda**

En principio se elaboró y se aplicó una encuesta para conocer la apreciación de un universo de 50 personas con ciertas cualidades (inclinadas al público objetivo) para conocer la aceptación o no del restaurante y la intención de compra de comida senegalesa con objetivo social.

Del análisis resultó, que ven positivamente y existe una propensión a visitar un restaurante diferente a sus costumbres y además le gustaría que hubiera en la ciudad una propuesta de restauración distinta, atendido por un colectivo migrante. Un punto de valor es que el 41,7% indica que le gusta la comida picante y/o especiada, característico de la comida senegalesa. Al 50% de los encuestados, le gustaría probar una propuesta diferente sin jamón y sin alcohol, que es propia de la gastronomía de la cultura musulmana, es decir, se puede valorar positivamente la idea de negocio y atender a un mercado específico.

Para la estimación de la demanda, también se visitaron varios competidores, restaurantes con una oferta del producto con cierta similitud al propuesto en este proyecto, donde se consideraron varios aspectos como el precio del menú, la calidad de la comida, la cantidad de las porciones en el plato ofrecido, relación precio calidad, entre otros, para determinar la demanda del proyecto.

Para efectos de la proyección, respecto a la oferta gastronómica, se ofrecerán dos productos, producto 1: un menú y producto 2: un cóctel.

Para el cálculo de la demanda, tal y como es costumbre en la restauración, se ha tomado en cuenta, en nuestro caso, la cantidad de 10 mesas, que serán ocupadas por 2 personas por mesa y se harán 3 servicios diarios, así como el precio de los productos ya referenciados y se tomará en cuenta 24 días por mes, ya que habrá días que no se laborará.

Esto hace que el producto 1 (Menú) genere un ingreso mensual de 25.776,00€ y en el producto 2 (cóctel) genere un ingreso mensual de 7.920€, es decir, que las ventas mensuales estimadas ascenderían a 33.696€.

Es importante acotar que, siendo una entidad sin fines de lucro, lo que se busca, más que un beneficio económico, es la generación de puestos de trabajo y la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.

## **5.8. Análisis de la Competencia**

Competencia directa a nuestra propuesta no existe del todo, debido a que, aunque hay escuelas de cocina y restaurantes-escuela en Barcelona y Cataluña, no existe una propuesta de fusión africana, que certifique profesionalmente sus formaciones, atendido por un colectivo y su cooperativa de trabajo asociado sin ánimo de lucro, con el único fin de crear puestos de trabajo o crear capacidades en el sector de restauración. Existen iniciativas y propuestas que tienen alguna de estas características, pero no las reúnen todas.

A continuación, describimos de forma breve cada una de ellas y las comparamos con nuestra propuesta:

El restaurante cooperativo **La Porta del Món en Banyoles**, es muy similar a nuestro proyecto, porque su propósito es brindar oportunidades de empleo a mujeres que no logran tener acceso a puesto de trabajo dignos. Sin embargo, no está en Barcelona, se limita mujeres y no ofrece formaciones.

La Porta del Món: Es un bar-restaurante cooperativo creado y gestionado por mujeres de diferentes orígenes sociales y culturales de la ciudad de Banyoles en Gerona, a menudo con escasas oportunidades de trascender en el ámbito familiar e insertarse en el mundo laboral. Es una entidad de la economía social y solidaria sin ánimo de lucro que da respuesta a la necesidad de puestos de trabajo a mujeres principalmente.

La Porta del Món es la consecuencia del Espai Món Banyoles presentado el Día de la Mujer de 2018 con un pasacalle y conciertos que recorrieron diferentes puntos de la ciudad. Un año después volvía a organizar una comida popular en la que cerca de doscientos personas se sentaron a la mesa para comer y compartir un cuscús mientras se sucedían las actuaciones musicales y teatrales. Ha organizado charlas, proyecciones de películas, debates, celebrado el final del Ramadán y participado de las concentraciones del Día contra la violencia machista, entre otros.

Fuente: [La Porta del Món | La Porta del Món \(laportadelmon.cat\)](https://www.laportadelmon.cat/) publicado en 2022 y consultado el 03/10/2022

Otra propuesta similar a la nuestra es el **Restaurante Mandela** de Gastronomía Africana en Madrid, que si ofrecía formaciones, pero cerró en 2020 debido a la pandemia.

El Mandela fue un proyecto de inserción sociolaboral que nació en el año 2012 como iniciativa de la Fundación San Juan del Castillo y la Fundación Amoverse (Madrid) con el reto de formar, acompañar y emplear a jóvenes africanos en el oficio de la hostelería. Durante 8 años, el restaurante sirvió como plataforma para impulsar nuevas oportunidades en la vida de muchas personas. El Mandela cerró sus puertas en julio 2020.

Actualmente existe un restaurante de cocina senegalesa en Madrid, el Mandela 100, que ofrece una carta de comida africana, específicamente del Senegal, similar como sería la oferta del restaurante-escuela. Desconocemos si este restaurante surge del cierre de El Mandela ya que no encontramos referencias. Sin embargo, además de encontrarse en Madrid, y por lo tanto no representar competencia para nuestro local en Barcelona, el Mandela 100 no realiza funciones de escuela culinaria, y por lo tanto no es comparable con nuestro proyecto. Si sería interesante investigar un poco más su actividad, en cuanto a su éxito como restaurante de comida senegalesa, el mercado que atiende en Madrid, y su experiencia en la creación y mantenimiento en el tiempo de puestos de trabajo para el colectivo migrante afrodescendiente y senegalés.

Fuente: tomado de [Cierra El Mandela, proyecto de inserción sociolaboral y restaurante \(infosj.es\)](#) consultado el 06/09/2022

Ahora bien, en Barcelona una propuesta de las más relevantes que existen en cuanto a restaurantes y restaurantes-escuelas más similares a la oferta del restaurante-escuela senegalés que quiere ofrecer Top Manta es Mescladis. Aunque hay algunas diferencias que las expondremos a continuación, el concepto es muy cercano al nuestro.

La Fundación Mezcladis, es una entidad sin fines de lucro, con la voluntad de contribuir a la cohesión social en Barcelona. Tienen un compromiso con el consumo responsable y sostenible. Poseen varios espacios en la ciudad, pero nos enfocaremos en el Restaurante-Escuela Mescladís. Realiza actividades de formación y catering y talleres particulares de cocina, lo que representa el 90% de su presupuesto. El resto son aportaciones a través de subvenciones de la Diputación de Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya, entre otros. Podemos destacar su programa Cuinant Oportunitats, ofreciendo formación de Camareros y Ayudantes de cocina a colectivos inmigrantes en especial, que pueden o no estar en situación irregular.

La diferencia primera es que nuestro restaurante-escuela está concebido desde la colectividad, se trata de una iniciativa mancomunada donde todos los que hacen vida en Top Manta serán responsables y formarán parte de la toma de decisiones. No se comercializará con alcohol y tampoco carne de cerdo y será nuestra prioridad que todo el personal que forme parte tanto de la escuela como del restaurante, sin papeles o no, puedan tener remuneración, ya sea en forma de beca o sueldo mensual.

Fuente: Tomado de <https://www.mescladis.org/> consultado el 09/10/2022.

Para finalizar queremos hacer una mención muy especial a nuestros hermanos de Abarka, quienes formarán parte de nuestro restaurante-escuela como socios. Ellos aportarán todo su conocimiento y experiencia en el sector de la restauración a este proyecto.

El fuerte principal de Cooperativa Abarka, SCCL., es el servicio de catering y talleres de cocina que imparten a todo público, pero no cuentan con una sede física fija, es por esto que este proyecto de restaurante senegalés brindará para Abarka esta posibilidad.

Cooperativa Abarka, SCCL., es una cooperativa sin ánimo de lucro de iniciativa social, que nace de la necesidad de auto organizarse como personas migrantes y racializadas. Su objetivo es dar solución a problemas derivados del racismo, en el ámbito laboral y social, por ello se definen como activistas gastronómicos. Su visión, compartida también por Top Manta, es ser referentes de calidad en el sector de la gastronomía africana en España, con impacto social, generando trabajo digno. Los valores son Calidad, Empoderamiento comunitario, Transversalidad, Interseccionalidad, Cooperativismo y Sostenibilidad ambiental.

Abarka nació en 2019, intentando crear oportunidades para personas migrantes y/o racializadas, resaltando la riqueza de las culturas africanas, a través de la gastronomía, con el principal objetivo de romper estereotipos. Todo esto con la visión de vivir en una sociedad diversa, intercultural y más inclusiva. Sus servicios comprenden catering, talleres y chef a domicilio.

Fuente: tomado de [Inicio - Abarka Coop.](#) consultado el 09/10/2022.

Existe una propuesta muy similar a la nuestra en Francia, la fundació La Résidence y su proyecto Refugee Food, donde ofrecen oportunidades de desarrollo, capacitación y empleo a personas refugiadas en París y todas partes de Francia en el sector de la restauración. Lo que no queda claro es si es un proyecto colectivo, pero en valores, metas y objetivos es muy similar a nuestro restaurante-escuela. Más que competencia, lo consideramos una inspiración. Fuente: [Acerca de - Refugee Food \(refugee-food.org\)](https://refugee-food.org)

## **5.9. Política de Comunicación y Publicidad**

Se creará una campaña de sensibilización basada en los objetivos estratégicos de comunicación del proyecto: Regularizar y desestigmatizar el colectivo mantero e inmigrante en general, con una imagen específica, adaptada totalmente a las diferentes redes sociales.

Se documentará todo el proceso de creación del restaurante-escuela. De esta manera se iniciará la creación de contenidos para el plan de redes sociales. Se abrirán cuentas en redes sociales exclusivas para el restaurante-escuela y una página web.

El restaurante-escuela se lanzará en un evento privado, para grabarlo en vídeo y transmitirlo en las redes sociales. Se anunciará en publicaciones locales, información en las redes sociales, servicios de noticias, influenciadores, revistas especializadas, etc.

Con el plan de comunicación, se creará contenido específico para su difusión, a través de imágenes, vídeos, podcasts, promociones y algún concurso. Desde la marca social y solidaria Top Manta se propone llevar a cabo el diseño, creación y venta de tote bags enmarcadas dentro de la campaña, que tengan una finalidad de recolecta de dinero, con la que los clientes de la marca de ropa puedan conocer de esta nueva línea de negocio, sumarse al proyecto al comprarla y crear la expectativa del nuevo establecimiento de Top Manta.

También se propone desde el área comercial actual de Top Manta, con la base de datos de clientes externos y externas, realizar una campaña de mailing para promocionar esta iniciativa.

Están destinados para este concepto, 15 mil euros, para ejecutarse mensualmente durante el 2023.

#### **5.10. Política de Distribución**

El producto será vendido de forma directa en nuestro local y a través de la página web del restaurante con entrega a domicilio. Serán nuestros compañeros de la Cooperativa Mensakas [Mensakas \(coopcycle.org\)](http://Mensakas (coopcycle.org)) los encargados de llevar nuestro producto a los destinos donde se requiera.

Será parte también de nuestros servicios el catering, en conjunto con Cooperativa Abarka, SCCL.

#### **5.11. Política de Precios**

El método de fijación de precios seleccionado para el restaurante-escuela, será la suma de los costos fijos + costos variables + el margen de ganancia, además de realizar una comparación directa con los precios de la competencia, por ejemplo, Mescladís o la Porta del Món en Banyoles, y con otras ofertas locales que constituirán la competencia directa del restaurante-escuela. Se contemplan descuentos para comensales frecuentes para la fidelización y la forma de pago será en efectivo o tarjetas.

Se ofrecerán dos productos, un menú y un cóctel. El menú se fijará por temporada y se ofrecerán cuatro menús en el año, uno para primavera, otro para el verano, otro para otoño y un último para invierno. El menú incluye entrada, plato, postre y bebida a un precio de 17,9 € sin IVA (PVP 19,69€ con IVA incluido).

Para efectos de cálculo de este documento, se utiliza se diseñó el menú a continuación que sería un menú de invierno: la entrada es una empanada (de carne), el plato es Mafe de carne, el postre es Thiakri y la bebida afro Ginger (a base de jengibre).

Además, se ofrece un cóctel afro Bisap (bebida nacional de Senegal elaborada con la flor de hibisco) a un precio de 5,55€ sin IVA (PVP 6,05€ con IVA), que se asume también será demandado.

| PRECIO                                |               |             |              |             |              |              |              |
|---------------------------------------|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| DESGLOSE DEL PRECIO DEL MENU Y COCTEL |               |             |              |             |              |              |              |
| PRODUCTO                              |               |             |              |             |              |              |              |
| 1:                                    | MENU          |             |              |             |              |              |              |
| PRODUCTO                              |               |             |              |             |              |              |              |
| 2:                                    | COCTEL        |             |              |             |              |              |              |
| PRODUCTO 1: MENU                      |               |             |              |             |              |              |              |
| Producto                              | Precio compra | IVA 4%      | Precio venta | IVA 10%     | Margen (€)   | %            | PVP          |
| Empanada                              | 0,8           | 0,03        | 2,2          | 0,22        | 1,5          |              | 1,5          |
| Mafe con carne                        | 2,5           | 0,10        | 8,5          | 0,85        | 6,0          | 0,6          | 6,6          |
| Postre                                | 1,3           | 0,05        | 4,2          | 0,42        | 2,9          | 0,3          | 3,2          |
| Ginger                                | 1,00          | 0,04        | 3,00         | 0,30        | 2,0          | 0,20         | 2,20         |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>5,55</b>   | <b>0,22</b> | <b>17,90</b> | <b>1,79</b> | <b>12,35</b> | <b>68,99</b> | <b>19,69</b> |
| PRODUCTO 2: COCTEL                    |               |             |              |             |              |              |              |
| Coctel Bisap                          | 2,15          | 0,09        | 5,50         | 0,55        | 3,35         | 60,91        | 64,26        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>2,15</b>   | <b>0,09</b> | <b>5,50</b>  | <b>0,55</b> | <b>3,35</b>  | <b>60,91</b> | <b>6,05</b>  |

## 6. PLAN DE OPERACIÓN

### 6.1. Recursos y operación

Por ser dos proyectos en uno, es decir restaurante y escuela de gastronomía senegalesa, las operaciones estarán totalmente correlacionadas, debido a que el personal en formación será el mismo que estará en contacto con los comensales siempre bajo el acompañamiento del cuerpo de formadores y de los profesionales responsables de la gestión.

El restaurante-escuela, tendrá una apariencia industrial, se tiene como primera opción, recuperar una nave o local industrial en la ciudad de Barcelona o sus alrededores para el montaje y puesta en funcionamiento del proyecto, para de esta manera garantizar la fusión de culturas senegalesa y barcelonesa. Utilizar un recinto tan emblemático para la ciudad de Barcelona como son las naves o locales industriales para el montaje de nuestro restaurante-escuela, será nuestra carta de presentación para todos los visitantes. En un futuro, se tiene considerado el cultivo de verduras y especies en un huerto que se preparará aledaño al restaurante-escuela, es por esto que se buscará en una nave o local con espacios verdes o la posibilidad de espacios verdes a su alrededor.

De cara al público, tal y como se mencionó en el punto 6.2 de este documento, nuestra intención es ofrecer una experiencia inmersiva, es decir, crearemos un ambiente y un entorno donde los comensales puedan llegar a recibir multitud de estímulos y sensaciones a través de sonidos, imágenes, el olfato, el tacto y muy especialmente el gusto. El objetivo es lograr que el público se transporte hasta Senegal sin salir de Barcelona.

Para ello se estudiará muy bien la decoración, la colorimetría, los sonidos a emitir e imágenes a proyectar.

Respecto a la escuela, los procesos de operación que se corresponden a la formación estarán enmarcados en:

- \* Análisis de las necesidades formativas de los profesionales en formación.
- \* Adaptar los objetivos de aprendizaje de acuerdo con el análisis hecho previamente.

Según las características del grupo en formación, se definirá el método y diseño del contenido, debido a que estas personas pueden tener más o menos nivel de conocimiento y experiencia. Igualmente se realizará monitorización continua, para determinar el grado de aprendizaje del grupo en formación, soporte y acompañamiento en cada una de las etapas.

En lo que se refiere a la preparación de productos: compras, recepción, almacenamiento, inventarios y mantenimiento, en principio utilizaremos los fondos de la campaña de comunicación, más el beneficio de la línea textil de Top Manta, más subvenciones públicas para llevar adelante el proyecto.

Los costos se definieron en la política de precios del punto 6.11 de este documento.

Para la gestión del restaurante-escuela se ha considerado un grupo de siete a diez personas, que será descrito en el próximo punto. En la escuela se limitará el número de alumnos a no más de quince estudiantes por formación y el número de comensales que manejamos es de hasta sesenta personas en el comedor. Estas personas de la Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes, SCCL., serán asignadas al restaurante, por lo menos durante los primeros seis meses de funcionamiento,



posteriormente serán nuevos puestos de trabajo para el colectivo mantero. Una vez cumplidos los seis meses de funcionamiento, el personal de la Cooperativa entregará estos puestos como nuevas oportunidades de empleo. El horario de funcionamiento del restaurante escuela será desde las 08:00 horas y hasta 23:00 horas con dos turnos de trabajo, para garantizar las 8 horas laborables.

## **6.2. El Talento Humano**

La idea del restaurante-escuela surgió luego de evaluar la incorporación de una nueva línea de negocio, con los talentos ya existentes en el colectivo mantero. Como se ha mencionado anteriormente en este documento, en Top Manta contamos con el conocimiento y la experiencia en el sector de la restauración. Una vez identificadas las personas, sus perfiles, se discutió en asamblea esta propuesta y se determinó la necesidad de llevar su cabo la viabilidad económica y la puesta en marcha.

Se conformó un equipo emprendedor para estructurar el proyecto, que igualmente liderará en principio los inicios de esta nueva línea de negocio, que aportan y aportarán su conocimiento, capacidades y esfuerzo para asegurar el éxito del proyecto del restaurante-escuela, Estas personas son:

Responsables de la Gestión del Restaurante-Escuela:

- \* Lamine Sarr – Responsable de Proyectos Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes de Barcelona: Coordinación de todas las actividades del proyecto, ejecución de planes y presupuestos, supervisión de ejecución, reportando a la Asamblea Cooperativa. Responsable de comunicación y actual portavoz de la Cooperativa de Manteros.
  
- \* María E. Coa – Responsable de la solicitud de fondos a través de subvenciones, premios y convocatorias para la Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes de Barcelona. Seguimiento y control de la asignación y uso de fondos, reporte de gastos e inversiones asociadas al Proyecto, coordinación de interfaces con producción y contabilidad. Ingeniero mecánico con veinte años de experiencia en ingeniería y construcción de proyectos industriales.

- \* Nelson Calles – Responsable Administrador en la Cooperativa Vendedores ambulantes de Barcelona y Oficial administrativo de la empresa Flopwork SL. Economista con Maestría en Administración de Gerencia de Empresas. Experiencia de quince años en el área de negocios e intermediación en instituciones financieras en Venezuela. Ocho años en el área comercial y al detalle (empresario).

#### Responsable de cocina

- \* Lamine Bathily – Presidente y responsable de la serigrafía de la Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes de Barcelona: Representante legal y dirección en el área de serigrafía. Igualmente se ha desempeñado como cocinero en los restaurantes Farggi y Farga de Barcelona. Actualmente combina sus tareas en la Cooperativa, con su trabajo en la cocina del Restaurante & Bar City Barcelona

#### Responsable de Sala.

- \* Abdoulay Touré – Camarero con quince años de experiencia en el sector. Será su responsabilidad planificar y organizar el servicio de todo el restaurante, en las mesas y el bar. La coordinación entre la cocina y la sala y sobre todo sus acciones estarán orientadas en acoger a los clientes que nos visitan y hacerles sentir bienvenidos y cómodos.

#### Cuerpo de Maestros.

- \* Malamine Soly – Chef y restaurador Cooperativa Abarka: Chef y restaurador. Responsable del diseño, diseño de la carta, chef ejecutivo y colíder del subproyecto de restaurante senegalés. Vasta experiencia en el negocio de restaurantes, con más de quince años trabajando como chef, instructor de cocina y gerente de servicios de catering y restaurantes. Estudios de postgrado en Economía Social y Solidaria en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, y un Máster en Marketing y Gestión de restaurantes.
- \* Yacine Diop – Administración: Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes de Barcelona: Apoyo administrativo, chef y formador de cocina. Apoyo a las

actividades administrativas y de chef y coordinación de la formación y organización de cocina para el Restaurante Senegalés. Creativo de diseño y portavoz de la Unión Mantero y la marca Top Manta. Educación en el nivel secundario y cocina en el nivel medio en España. Experiencia como chef en los últimos años.

De este equipo de trabajo, solo tres permanecerán en el tiempo, el jefe de sala y el cuerpo de maestros. Los otros cuatro serán sustituidos por estudiantes en la medida que culminen sus formaciones y se incrementará en dos personas más, es decir, la plantilla estará compuesta por nueve personas.

Estarán contratados por tres meses, plazo máximo que por ley se permite ser un contrato temporal, el coordinador del proyecto, el responsable de cocina o chef diseño de menú, el diseñador de interiores del local.

Por tiempo indefinido estarán contratados, un encargado del restaurant y profesor de gestión (8h), así como dos cocineros, donde uno es el profesor de cocina, (8h c/u, uno de 8h a 17h y otro de 17h a 2h), un ayudante de cocina (8h de 17h a 2h) y dos camareros, donde uno es el profesor de servicio, (8h c/u, uno de 10h a 19h y otro de 17h a 2h), trabajando por turnos distintos.

### **6.3. Gestión de la calidad**

En cuanto a la gestión de calidad, se establecerán los estándares de acuerdo con los atributos de los alimentos (Propiedades sensoriales: sabor, color, aroma, textura, y sus propiedades cuantitativas: contenido en azúcar, proteína, fibra, peróxidos, contenido en ácidos grasos libres, etc.), sus reacciones corruptibles o de deterioro esperadas, el empaque utilizado, la vida útil requerida y el tipo de público al que va dirigido; todo esto relacionado con la comercialización, la producción, el etiquetado sostenible, con criterios de km0. Igualmente, se utilizarán los parámetros tecnológicos, físicos, químicos, microbiológicos, nutricionales y sensoriales para lograr que cada alimento comprado y cada plato servido sea sano y sabroso con el objetivo de proteger al cliente, tanto del fraude como de su salud.

Para medir la calidad del producto y servicio utilizaremos indicadores cuantitativos como el flujo de caja, número de ventas, alcance del punto de equilibrio. También se utilizarán

indicadores cualitativos como grado de satisfacción de los clientes (expectativas respecto a la realidad del servicio), y el conocimiento sobre la cultura africana luego de su experiencia en el restaurante-escuela.

#### **6.4. Seguridad e higiene y gestión medioambiental**

Respecto a la gestión de la seguridad y protección de las personas trabajadoras, en formación y público que visitará el restaurante-escuela, se planteará una serie de protocolos que van más allá del cumplimiento de las leyes españolas en hostelería y restauración (capítulo XI de la BOE-A-2015-5613). Al ser una entidad de la economía social y solidaria, la Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes de Barcelona, SCCL., garantizará la seguridad de todas las personas que harán vida alrededor del restaurante-escuela, a través del uso de la indumentaria correcta, la adquisición de pólizas de seguro para el local que incluya responsabilidad civil y que cubra continente y contenido, el estudio de riesgos de los puestos de trabajo, el uso de equipos de protección personal, orden, mantenimiento e higiene de todas sus áreas, rutas de desalojo y el nombramiento de una comisión para controlar el cumplimiento adecuado de las medidas de prevención de riesgo.

En lo que se refiere a la protección medioambiental, al inicio de las operaciones de la escuela y el restaurante, y mientras se instaura la filosofía de desechos cero, tendremos medidas muy estrictas para la disposición de desechos y el uso de materiales e insumos en el restaurante-escuela. El reciclaje y la circularidad será siempre la base de todos los procedimientos en el restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. El uso debido y correcto de todos los elementos será siempre la regla. La disposición de los desechos según la clasificación para el reciclaje, teniendo los contenedores adecuados para cada fin, y mantener un stock controlado basado en evitar la acumulación innecesaria para controlar el uso indiscriminado de la energía y evitar el desperdicio. En la medida que el desperdicio esté más controlado, se irán introduciendo métodos y procedimientos que nos permitan llegar poco a poco al residuo cero, todo esto con la finalidad de generar cada vez más, el menor desecho posible hasta lograr la meta de tener cero botes de basura, que sería una meta a mediano y largo plazo. Así como también, optimizar el consumo energético que redunde en una gestión administrativa positiva, y se refleje en precios más competitivos debido al control de nuestros gastos.

La selección de los proveedores y colaboradores estará basada en los criterios de economía social y solidaria, la intercooperación y el cuidado de las personas. Se le dará prioridad a todos aquellos proveedores más cercanos al restaurante-escuela, con valores similares a los de Top Manta.

## **7. PLAN JURÍDICO Y FISCAL**

En primer lugar, se incorporará la nueva línea de negocio del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa en los estatutos de la Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes de Barcelona, SCCL., y se dará de alta un nuevo código de cuenta de cotización en la Seguridad Social con la nueva actividad (nuevo CNAE). Se notificará de esta incorporación a la gestoría Col·lectiu Ronda, SCCL del nuevo servicio y también a la empresa de prevención de riesgos laborales. Se establecerá como referencia para la contratación y definir los deberes y derechos de las personas que harán vida en el proyecto el documento: Resolución TSF/1122/2021, de 22 de marzo, por la que se dispone la inscripción y la publicación del Convenio colectivo interprovincial del sector de la industria de hostelería y turismo de Cataluña (código de convenio número 79000275011992), y también el Decreto número 317/1994, de 4 de noviembre, de Ordenación y Clasificación de Establecimientos de Restauración.

Se cumplirá con lo establecido en la legislación estatal:

- \* Orden de 17 de marzo de 1965 (BOE de 29 de marzo de 1965), de Ordenación Turística de los Restaurantes, Ministerio de Información y Turismo.
- \* Orden de 18 de marzo del mismo año (BOE de 29 de marzo de 1965), de Ordenación Turística de las Cafeterías, Ministerio de Información y Turismo.

Estas normas han sido modificadas por la Orden de 29 de julio de 1978 (BOE de 19 de julio de 1978), del Ministerio de Comercio y Turismo, por la que se modifican las normas sobre menús y cartas de restaurantes y cafeterías. Además, posteriormente fueron derogadas por el Real Decreto 39/2010, de 15 de enero, por el que se derogan diversas normas estatales sobre acceso a actividades turísticas y su ejercicio.

El Real Decreto 3484/2000 de 29 de diciembre (BOE de 12 de enero de 2001) establece las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas

preparadas, el reglamento 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, el Reglamento 1169/2011 del Parlamento Europeo y el Real Decreto 126/2015.

En lo que se refiere a la fiscalidad, las obligaciones serán similares a las que tenemos actualmente con el negocio textil, es decir, pago de IVA, retención del IRPF a los trabajadores, impuesto de sociedades, obligaciones de pago de la seguridad y aporte de la seguridad social por cada trabajador, el fondo de reserva obligatorio (FRO), el fondo de educación formación y promoción (FEFYP).

Ahora bien, para el momento de la inauguración y apertura, debemos contar con la siguiente documentación en regla:

- \* Licencia de apertura y de obras. Son dos documentos obligatorios para poder demostrar que el restaurante-escuela cumple con las condiciones apropiadas para operar y para realizar obra en caso de reforma.
- \* Auditoría de verificación de espacio seguro. Incluye la certificación de las medidas higiénicas generales y específicas de higiene en bares, restaurantes y todos los locales de hostelería, entre las que se encuentran, una adecuada ventilación, mobiliario y materiales de acuerdo con su superficie y mantener las medidas de higiene en el restaurante.
- \* Certificado de manipulación de alimentos y de control de alérgenos. Todos los trabajadores que formen parte de la plantilla deberán tener el carnet de manipulador de alimentos y de control de alérgenos para que puedan demostrar las competencias y conocimientos necesarios para poder manipularlos.

## **8. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO**

### **8.1 Plan de inversión**

El proyecto presenta un presupuesto de inversión que se hará sólo en el primer año, que asciende a 50.000€.

La inversión en activos está representada por tres partidas.

En primer lugar, el mobiliario y equipos, que son aquellos que corresponde a todo lo necesario para abastecer y constituir una cocina de restaurante (freidoras, planchas, cocinas, horno, refrigeradores, congeladores, etc.) y la sala de comedor (mesas, sillas, vajilla, cubiertos, etc.). La inversión de la partida está estimada en 32.540,00€.

En segundo lugar, están las instalaciones técnicas, que son un activo, pues es una inversión en la estructura donde funcionará el restaurante que comprende las mejoras al local, entre otras, como el cableado eléctrico y de internet, así como las tuberías necesarias para abastecer de agua en la cocina y a las áreas que la necesitan. La inversión de la partida está estimada en 16.210,00€.

En tercer lugar, la inversión se complementa con un equipo para proceso de información (EPI) que es el TPV o caja registradora, para controlar las compras, ventas y facturación, que son fundamentales para llevar la contabilidad y reporte fiscal de la actividad. La inversión de la partida está estimada en 1.250,00€.

| <b>PRESUPUESTO DE INVERSION CONSOLIDADO</b> |                    |
|---|--------------------|
| <b>INVERSION /INMOVILIZADO</b>              | <b>IMPORTE</b>     |
| Mobiliario y equipos                        | 32.540,00 €        |
| Equipos proceso de informac                 | 1.250,00 €         |
| Instalaciones técnicas                      | 16.210,00 €        |
| <b>Total</b>                                | <b>50.000,00 €</b> |

## **8.2 Plan de financiación**

Calculadas las inversiones, es necesario contar con unos fondos que permitan su adquisición, por ello el plan de financiación estará comprendido por fondos propios, subvenciones y préstamo bancario.

La Asociación popular de vendedores ambulantes de Barcelona, como socia de la Cooperativa aportará 5.000,00€ como fondos propios.

Por otro lado se solicitará 30.000,00 € en subvenciones, las cuales podrán ser obtenidas a través de diferentes vías, como las de Impulsem o Enfortim, promovidas por el

ayuntamiento de Barcelona, así como también la subvención Singulars, con alianza de las Cooperativas Abarka y Quepo, promovida por la Generalitat de Cataluña. En cualquier caso, se trata de subvenciones a fondo perdido pero con justificación posterior al año de la aprobación.

Y para complementar se solicitará financiación bancaria por 30.000,00€ a un plazo de 24 meses, con un interés de 4,5% anual, pagaderos mensualmente en cuota financiera contentiva de capital e interés a Coop57, de la cual Top Manta es socia.

Con estos aportes, que totalizan 65.000,00€ se cubre la financiación del presupuesto de inversión de 50.000,00€ y además quedan 15.000,00€ para el fondo de maniobra.

### **8.3 Plan de Tesorería**

Los desembolsos iniciales son parte natural del comienzo de un proyecto emprendedor, por lo cual se realizó un plan de tesorería para reflejar todos los cobros y pagos, así como las previsiones a corto y mediano plazo, por ello se consideró iniciar operaciones el 01/01/2023 con proyección a tres años, es decir, hasta el 31/12/2025. Es claro que tener beneficios no es sinónimo de tener liquidez, por lo que la previsión de tesorería es vital para determinar desfases en el flujo de caja y anticiparse para tomar decisiones.

Se tomó en cuenta para el primer mes como entradas (cobros) la aportación de socio, subvención, préstamo, ventas y el IVA. Para las salidas (pagos) del primer mes se tomó en cuenta las inversiones iniciales y su IVA, la cuota del crédito, compras a proveedores y el IVA, servicios exteriores y el IVA, gastos de personal y gastos financieros (comisión de crédito). Ya para los siguientes meses, los ingresos serán sólo por las ventas y las salidas será la cuota del crédito (hasta el 31/12/2024), compras a proveedores y el IVA, servicios exteriores y el IVA y los gastos de personal. Cada trimestre la tesorería se ve afectada por el pago del IVA (declaración modelo 303 y el pago de las retenciones de IRPF de la nómina de los empleados (declaración modelo 111).

La diferencia entre los cobros y los pagos genera una caja positiva en casi todos los meses de los tres años, a excepción de dos meses de desfase que son julio de 2024 y 2025, correspondiente al pago del impuesto de sociedades, para los cuales se han considerado dos acciones. La primera sería aplazar el pago con hacienda a 12 meses. La segunda, y por la cual nos decantamos, sería considerar un porcentaje o todo el



beneficio obtenido y llevarlo a un fondo social, el cual será destinado para becas para los estudiantes del restaurante. Esto tendrá que establecerse en los estatutos de la Cooperativa previo acuerdo de la asamblea.

#### **8.4 Rentabilidad**

Los resultados obtenidos luego de la proyección, arroja que el proyecto en el período de los tres años, la tesorería es positiva, por lo cual se trata de un proyecto con liquidez positiva y solvente.

A nivel de rentabilidad, consideramos el ROI, el ROE y la TIR.

El ROI (retorno de la inversión) o rentabilidad económica, por los resultados de 62% para 2023, 51% para 2024 y 38% para 2025, indican que el proyecto representa un retorno positivo de la inversión realizada.

El ROE (el beneficio del proyecto en relación a los recursos propios), por los resultados de 69% para 2023, 48% para 2024 y 34% para 2025, indican que son positivos y representa la ganancia que obtienen los socios por el capital que han invertido en la empresa.

La TIR (Tasa interna de retorno), se obtuvo tomando el valor negativo del total de la inversión y los flujos netos de efectivo de la tesorería en los tres años arrojando un 23%, es decir, es una tasa positiva por lo que el proyecto analizado devuelve el capital invertido más una ganancia agregada. Si comparamos la tasa que se paga por el financiamiento bancario que es de 4,5% versus la TIR obtenida, que es mayor, se puede afirmar que el proyecto es productivo, rentable y aceptable.

Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de/ vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)

## RESULTADOS

| Pérdidas y ganancias                       | 31/12/2023        | 31/12/2024        | 31/12/2025        |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ventas                                     | 404.352,00        | 412.439,04        | 420.687,82        |
| Imputación de subvenciones                 | 30.000,00         | -                 | -                 |
| Aprovisionamientos                         | 133.056,00        | 135.717,12        | 138.431,46        |
| <b>MARGEN</b>                              | <b>301.296,00</b> | <b>276.721,92</b> | <b>282.256,36</b> |
| Gastos de personal                         | 166.247,20        | 133.560,00        | 133.560,00        |
| Gastos de explotación                      | 25.066,00         | 7.600,32          | 7.752,33          |
| <b>EBITDA</b>                              | <b>109.982,80</b> | <b>135.561,60</b> | <b>140.944,03</b> |
| Amortización del inmovilizado              | 10.000,00         | 10.000,00         | 10.000,00         |
| <b>RESULTADO DE EXPLOTACION (BAII)</b>     | <b>99.982,80</b>  | <b>125.561,60</b> | <b>130.944,03</b> |
| Gastos financieros                         | 987,83            | 433,70            | 4,89              |
| <b>RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS (BAI)</b> | <b>98.994,97</b>  | <b>125.127,90</b> | <b>130.939,14</b> |
| Impuestos sobre beneficios                 | 19.798,99         | 25.025,58         | 26.187,83         |
| <b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>             | <b>79.195,97</b>  | <b>100.102,32</b> | <b>104.751,31</b> |

## **9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Si se lleva a cabo la puesta en marcha del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa, tal y como se describe en este documento, la meta de la generación de nuevos ingresos para la Cooperativa puede lograrse desde el primer año. Con una tasa interna de retorno del 23%, garantiza la viabilidad del proyecto y es una propuesta atractiva desde el punto de vista financiero los primeros tres años.

El restaurante-escuela de gastronomía senegalesa, será un lugar de encuentro y disfrute. Un recinto donde todos los elementos que lo conformarán comunicarán multiculturalidad, igualdad, respeto, no discriminación, antirracismo, integración, colectividad. Los platos por servir serán preparados y servicios por alumnos inmigrantes, acompañados por sus profesores inmigrantes. Para garantizar la proximidad y precio justo, trabajaremos con cooperativas agrarias del territorio y los condimentos que no se consigan en Barcelona, serán traídos desde Senegal previa visita y estableciendo acuerdos de cooperación que no violenten los valores del consumo responsable. No admitiremos la comercialización de alimentos y bebidas ultra procesadas, cerdo ni alcohol. En la medida de lo posible el mobiliario, equipos, utensilios, etc., serán de segunda mano y/o reciclados, buscando darles una segunda vida. El menú será proyectado en una de las paredes del restaurante e implementaremos la filosofía de residuo cero en todos nuestros procesos, tanto en la escuela como en el restaurante.

Para el mediano plazo, consideramos certificar el restaurante-escuela para la emisión de certificados de profesionalidad en COCINA (HOTR0408), por lo que el local destinado a abrir el restaurante-escuela, las reformas, la cantidad de alumnos por curso de formación debe estar enmarcado dentro de los requisitos para esta certificación. Todo esto con el fin de profesionalizar a miembros de la comunidad mantera e inmigrante en general que buscan desarrollarse en este sector. Actualmente tenemos tres mujeres directamente dentro de la cooperativa con experiencia en restauración y dos de forma indirecta, que por no tener un sitio donde ejercer su profesión o especializarse están limitadas en trabajos que no les permiten una satisfacción plena.

De acuerdo con los resultados obtenidos al calcular el ROI (retorno sobre la inversión), en promedio, del importe invertido, será retornado en 50% en los tres años de funcionamiento estudiados. Según el ROE (rentabilidad financiera), el capital de los

*Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de/ vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)*

socios aumentará 50% en promedio en ese mismo periodo. Como los socios y trabajadores en la Cooperativa Popular de Vendedores Ambulantes, SCCL., son la misma figura, el beneficio obtenido será retornado en su totalidad al colectivo y su lucha por mejorar las condiciones de vida de los inmigrantes en Barcelona y sus alrededores.

## 10. BIBLIOGRAFIA

Amat, O. (2008). *Análisis económico- financiero*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Bernabéu Pérez, J.A. (2013). *Las cooperativas de trabajo asociado como solución a la reestructuración empresarial en épocas de crisis económica*. Madrid: Punto rojo libros.

Coopolis Ateneu Cooperatiu (2020). *Reflexions per teixir una economia social i solidaria culturalment diversa. Pràctiques i reptes*. Barcelona: La Pera comunicació.

Muñoz Merchante, A. (2009). *Análisis de estados financieros. Teoría y práctica*. Madrid: Ed. Académicas.

Tecnocampus. (s.d.). Recuperado el 21 mayo 2022, de <https://www.tecnocampus.cat>

Abarka. (s.d.). Recuperado el 17 mayo de 2022, de <http://www.abarkacoop.com>

Mescladis. (s.d.). Recuperado el 17 mayo de 2022, de <http://www.mescladis.org>

Topmanta. (s.d.) Recuperado el 17 mayo de 2022, de <http://www.topmanta.store>

Topmanta. (s.d.) Recuperado el 17 mayo de 2022, de <http://www.manteros.org>

La porta del món. (s.d.) Recuperado el 17 de mayo de 2022, de <http://laportadelmon.cat>

La ciutat invisible. (s.d.) Recuperado en ciutat invisible el 21 de mayo de 2022, de <http://www.laciuatinvisible.coop>

Coopolis. (s.d.) Recuperado el 21 de mayo de 2022, de <http://bcn.coop>

Coop57. (s.d.) Recuperado el 22 de mayo de 2022, de <http://coop57.coop>

Colectivo Ronda. (s.d.) Recuperado el 23 de mayo de 2022, de <http://www.cronda.coop>

Alba (2013). ***Auténtica cocina africana en Ópera***. Recuperado el 21 de mayo de 2022, de <http://unbuendiaenmadrid.com/restaurante-el-mandela>

**Barcelona Activa. (s.d.) Recuperado el 15 de octubre de 2022, de <http://pol.barcelonactiva.cat/plan/home.action>**

**Iberley (s.d.) Recuperado el 10 de septiembre de 2022, de <http://www.iberley.es/convenios/sector/convenio-hosteleria-turismo-cataluna-1900125>**

**Restaurant Silo (s.d.) Recuperado el 15 de mayo de mayo de 2022, de <http://silolondon.com>**

**Santander (s.d.) Recuperado el 15 de mayo de 2022, de <http://santandertrade.com/es>**

**ACNUR (s.d.) Recuperado el 14 de mayo de 2022, de <http://www.eacnur.org>**

Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de/ vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)

## ANEXOS

### ANEXO 1 – CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

| PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO DEL RESTAURANTE-ESCUELA |  |      |     |     |     |     |     |      |     |     |     |     |     |   |
|--|--|------|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|---|
| Proyecto   | Actividades  | 2022 |     |     |     |     |     | 2023 |     |     |     |     |     |   |
|  |  | OCT  | NOV | DIC | ENE | FEB | MAR | ABR  | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP |   |
| RESTAURANTE - ESCUELA SENEGALES                    | Act.1 - Coordinación y gestión del Proyecto          | █    | █   | █   | █   | █   | █   | █    | █   | █   |     |     |     |   |
|  | Act.2 - Búsqueda del local                           | █    |     |     |     |     |     |      |     |     |     |     |     |   |
|  | Act.3 - Diseño del Restaurante-Escuela               |      | █   | █   | █   |     |     |      |     |     |     |     |     |   |
|  | Act.4 - Compra de equipos, mobiliario y herramientas |      | █   | █   | █   | █   | █   | █    |     |     |     |     |     |   |
|  | Act.5 - Contratación e instalación                   |      |     | █   | █   | █   | █   | █    | █   |     |     |     |     |   |
|  | Act.6 - Operación Comercial                          |      |     |     |     |     |     |      | █   | █   | █   | █   | █   | █ |

## ANEXO 2 – PLAN DE INVERSIONES INICIALES

| <b>INVERSIONES</b>                   |                  |
|--------------------------------------|------------------|
| <b>AÑO 1</b>                         | <b>ene-23</b>    |
| <b>Inmovilizado intangible</b>       | -                |
| Búsqueda y desarrollo                |                  |
| Concesiones administrativas          |                  |
| Patente , licencias y marcas         | -                |
| Derecho de traspaso                  |                  |
| Aplicaciones informáticas            |                  |
| Otros inmovilizados intangibles      |                  |
| <b>Inmovilizado material</b>         | <b>50.000,00</b> |
| Terrenos                             |                  |
| Construcciones                       |                  |
| Instalaciones técnicas               | 16.210,00        |
| Maquinaria                           |                  |
| Utilaje                              |                  |
| Otras instalaciones                  |                  |
| Mobiliario                           | 32.540,00        |
| Equipos proceso de información       | 1.250,00         |
| Elementos de transporte              |                  |
| Otro inmovilizado material           |                  |
| <b>Inversiones empresa grupo lp</b>  |                  |
| <b>Inversiones financieras lp</b>    |                  |
| <b>Inversiones empresas grupo cp</b> |                  |
| <b>Inversiones financieras cp</b>    |                  |
| <b>Periodificaciones</b>             |                  |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>50.000,00</b> |

Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de/ vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)

### ANEXO 3 – PLAN DE FINANCIAMIENTO

#### FINANCIACION

##### APORTACION DE LOS SOCIOS

| SOCIO      | IMPORTE  |
|------------|----------|
| Asociación | 5.000,00 |

| FECHA      | CONCEPTO       | TIPO DE APORTACION | % | COMENTARIOS |
|------------|----------------|--------------------|---|-------------|
| 01/01/2023 | Fondos propios | Ahorros            |   |             |

##### PRESTAMOS

| PRESTAMOS       | IMPORTE   |
|-----------------|-----------|
| Préstamo Coop57 | 30.000,00 |

| INTERES | PERIODICIDAD | CUOTAS | CARENCIAS | CUOTA       |
|---------|--------------|--------|-----------|-------------|
| 4,50%   | Mensual      | 24     |           | -1.309,43 € |

##### SUBVENCIONES

| SUBVENCION POR INVERSION | IMPORTE   |
|--------------------------|-----------|
| Subvención puntual       | 30.000,00 |

| COBRO      | INICIO     | MESES | FINAL      |
|------------|------------|-------|------------|
| 01/01/2023 | 01/01/2023 | 12    | 01/01/2024 |

|                           |                  |
|---------------------------|------------------|
| <b>TOTAL FINANCIACION</b> | <b>65.000,00</b> |
|---------------------------|------------------|



### Tabla de amortización de préstamo

#### TABLA DE AMORTIZACION DE PRÉSTAMO

| FECHA      | N  | Q           | INTERES | AMORTIZACION | SALDO       |
|------------|----|-------------|---------|--------------|-------------|
| 01/01/2023 | 0  |             |         |              | 30.000,00   |
| 01/02/2023 | 1  | -1.309,43 € | 112,50  | -1.196,93 €  | 28.803,07 € |
| 01/03/2023 | 2  | -1.309,43 € | 108,01  | -1.201,42 €  | 27.601,64 € |
| 01/04/2023 | 3  | -1.309,43 € | 103,51  | -1.205,93 €  | 26.395,71 € |
| 01/05/2023 | 4  | -1.309,43 € | 98,98   | -1.210,45 €  | 25.185,26 € |
| 01/06/2023 | 5  | -1.309,43 € | 94,44   | -1.214,99 €  | 23.970,27 € |
| 01/07/2023 | 6  | -1.309,43 € | 89,89   | -1.219,55 €  | 22.750,73 € |
| 01/08/2023 | 7  | -1.309,43 € | 85,32   | -1.224,12 €  | 21.526,61 € |
| 01/09/2023 | 8  | -1.309,43 € | 80,72   | -1.228,71 €  | 20.297,90 € |
| 01/10/2023 | 9  | -1.309,43 € | 76,12   | -1.233,32 €  | 19.064,58 € |
| 01/11/2023 | 10 | -1.309,43 € | 71,49   | -1.237,94 €  | 17.826,64 € |
| 01/12/2023 | 11 | -1.309,43 € | 66,85   | -1.242,58 €  | 16.584,06 € |
| 01/01/2024 | 12 | -1.309,43 € | 62,19   | -1.247,24 €  | 15.336,81 € |
| 01/02/2024 | 13 | -1.309,43 € | 57,51   | -1.251,92 €  | 14.084,89 € |
| 01/03/2024 | 14 | -1.309,43 € | 52,82   | -1.256,62 €  | 12.828,27 € |
| 01/04/2024 | 15 | -1.309,43 € | 48,11   | -1.261,33 €  | 11.566,95 € |
| 01/05/2024 | 16 | -1.309,43 € | 43,38   | -1.266,06 €  | 10.300,89 € |
| 01/06/2024 | 17 | -1.309,43 € | 38,63   | -1.270,81 €  | 9.030,08 €  |
| 01/07/2024 | 18 | -1.309,43 € | 33,86   | -1.275,57 €  | 7.754,51 €  |
| 01/08/2024 | 19 | -1.309,43 € | 29,08   | -1.280,35 €  | 6.474,16 €  |
| 01/09/2024 | 20 | -1.309,43 € | 24,28   | -1.285,16 €  | 5.189,00 €  |
| 01/10/2024 | 21 | -1.309,43 € | 19,46   | -1.289,98 €  | 3.899,02 €  |
| 01/11/2024 | 22 | -1.309,43 € | 14,62   | -1.294,81 €  | 2.604,21 €  |
| 01/12/2024 | 23 | -1.309,43 € | 9,77    | -1.299,67 €  | 1.304,54 €  |
| 01/01/2025 | 24 | -1.309,43 € | 4,89    | -1.304,54 €  | 0,00 €      |

Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de/ vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)

## ANEXO 4 – PLAN DE TESORERÍA / FLUJO DE CAJA

| TESORERÍA                      | ene.-23           | feb.-23          | mar.-23          | abr.-23          | may.-23          | jun.-23          | jul.-23          | ago.-23          | sep.-23          | oct.-23          | nov.-23           | dic.-23           |
|--------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Capital</b>                 | <b>5.000,00</b>   |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| Capital social                 |                   |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| Aportaciones de socio l/p      | 5.000,00          |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| Aportaciones de socio c/p      |                   |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| <b>Financiación</b>            | <b>60.000,00</b>  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| Préstamos                      | 30.000,00         |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| Subvenciones                   | 30.000,00         |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| Crowdfunding                   |                   |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| <b>Ventas</b>                  | <b>33.696,00</b>  | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b> | <b>33.696,00</b>  | <b>33.696,00</b>  |
| <b>IVA ventas (10%)</b>        | <b>3.369,60</b>   | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>  | <b>3.369,60</b>   | <b>3.369,60</b>   |
| <b>ENTRADAS DE CAPITAL</b>     | <b>102.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b> | <b>37.065,60</b>  | <b>37.065,60</b>  |
| Gastos de constitución         |                   |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| <b>Inversiones</b>             | <b>50.000,00</b>  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| Inversiones materiales         | 50.000,00         |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| IVA Inversiones (21%)          | 10.500,00         |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| <b>Financiación</b>            | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>  | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   |
| Préstamos                      | 1.309,43          | 1.309,43         | 1.309,43         | 1.309,43         | 1.309,43         | 1.309,43         | 1.309,43         | 1.309,43         | 1.309,43         | 1.309,43         | 1.309,43          | 1.309,43          |
| <b>Compras</b>                 | <b>11.088,00</b>  | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b> | <b>11.088,00</b>  | <b>11.088,00</b>  |
| IVA Compras (4%)               | 443,52            | 443,52           | 443,52           | 443,52           | 443,52           | 443,52           | 443,52           | 443,52           | 443,52           | 443,52           | 443,52            | 443,52            |
| Servicios exteriores           | 4.518,00          | 1.868,00         | 1.868,00         | 1.868,00         | 1.868,00         | 1.868,00         | 1.868,00         | 1.868,00         | 1.868,00         | 1.868,00         | 1.868,00          | 1.868,00          |
| IVA Servicios exteriores (21%) | 948,78            | 392,28           | 392,28           | 392,28           | 392,28           | 392,28           | 392,28           | 392,28           | 392,28           | 392,28           | 392,28            | 392,28            |
| Gastos de personal             | 12.017,97         | 12.017,97        | 12.017,97        | 15.181,74        | 10.358,46        | 10.358,46        | 14.304,78        | 10.358,46        | 10.358,46        | 14.304,78        | 10.358,46         | 10.358,46         |
| Salario neto                   | 8.006,97          | 8.006,97         | 8.006,97         | 6.551,16         | 6.551,16         | 6.551,16         | 6.551,16         | 6.551,16         | 6.551,16         | 6.551,16         | 6.551,16          | 6.551,16          |
| IRPF                           |                   |                  |                  | 4.823,28         |                  |                  | 3.946,32         |                  |                  | 3.946,32         |                   |                   |
| SST                            | 651,93            | 651,93           | 651,93           | 622,30           | 622,30           | 622,30           | 622,30           | 622,30           | 622,30           | 622,30           | 622,30            | 622,30            |
| SSE                            | 3.359,07          | 3.359,07         | 3.359,07         | 3.185,00         | 3.185,00         | 3.185,00         | 3.185,00         | 3.185,00         | 3.185,00         | 3.185,00         | 3.185,00          | 3.185,00          |
| Gastos financieros             | 150,00            |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| IVA a pagar                    |                   |                  |                  | 3.455,10         |                  |                  | 4.146,30         |                  |                  | 7.601,40         |                   |                   |
| IS EMPRESA                     |                   |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                   |                   |
| <b>SALIDAS DE CAPITAL</b>      | <b>80.475,71</b>  | <b>27.119,21</b> | <b>27.119,21</b> | <b>30.282,97</b> | <b>25.459,69</b> | <b>25.459,69</b> | <b>33.552,31</b> | <b>25.459,69</b> | <b>25.459,69</b> | <b>37.007,41</b> | <b>25.459,69</b>  | <b>25.459,69</b>  |
| <b>COBROS -PAGOS</b>           | <b>21.589,89</b>  | <b>9.946,39</b>  | <b>9.946,39</b>  | <b>6.782,63</b>  | <b>11.605,91</b> | <b>11.605,91</b> | <b>3.513,29</b>  | <b>11.605,91</b> | <b>11.605,91</b> | <b>58,19</b>     | <b>11.605,91</b>  | <b>11.605,91</b>  |
| <b>SALDO INICIAL</b>           | <b>-</b>          | <b>21.589,89</b> | <b>31.536,28</b> | <b>41.482,68</b> | <b>48.265,30</b> | <b>59.871,21</b> | <b>71.477,11</b> | <b>74.990,40</b> | <b>86.596,31</b> | <b>98.202,21</b> | <b>98.260,40</b>  | <b>109.866,30</b> |
| <b>SALDO FINAL</b>             | <b>21.589,89</b>  | <b>31.536,28</b> | <b>41.482,68</b> | <b>48.265,30</b> | <b>59.871,21</b> | <b>71.477,11</b> | <b>74.990,40</b> | <b>86.596,31</b> | <b>98.202,21</b> | <b>98.260,40</b> | <b>109.866,30</b> | <b>121.472,21</b> |

| TESORERÍA                      | ene.-24           | feb.-24           | mar.-24           | abr.-24           | may.-24           | jun.-24           | jul.-24            | ago.-24           | sep.-24           | oct.-24           | nov.-24           | dic.-24           |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Capital</b>                 |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Capital social                 |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Aportaciones de socio l/p      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Aportaciones de socio c/p      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Financiación</b>            |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Préstamos                      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Subvenciones                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Crowdfunding                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Ventas</b>                  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>   | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  | <b>34.369,92</b>  |
| <b>IVA ventas (10%)</b>        | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>    | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   | <b>3.436,99</b>   |
| <b>ENTRADAS DE CAPITAL</b>     | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>   | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  | <b>37.806,91</b>  |
| Gastos de constitución         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Inversiones</b>             |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Inversiones materiales         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| IVA Inversiones (21%)          |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Financiación</b>            | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>    | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   | <b>1.309,43</b>   |
| Préstamos                      | 1.309,43          | 1.309,43          | 1.309,43          | 1.309,43          | 1.309,43          | 1.309,43          | 1.309,43           | 1.309,43          | 1.309,43          | 1.309,43          | 1.309,43          | 1.309,43          |
| <b>Compras</b>                 | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>   | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  | <b>11.309,76</b>  |
| IVA Compras (4%)               | 452,39            | 452,39            | 452,39            | 452,39            | 452,39            | 452,39            | 452,39             | 452,39            | 452,39            | 452,39            | 452,39            | 452,39            |
| Servicios exteriores           | 633,36            | 633,36            | 633,36            | 633,36            | 633,36            | 633,36            | 633,36             | 633,36            | 633,36            | 633,36            | 633,36            | 633,36            |
| IVA Servicios exteriores (21%) | 133,01            | 133,01            | 133,01            | 133,01            | 133,01            | 133,01            | 133,01             | 133,01            | 133,01            | 133,01            | 133,01            | 133,01            |
| Gastos de personal             | 14.304,78         | 10.358,46         | 10.358,46         | 14.304,78         | 10.358,46         | 10.358,46         | 14.304,78          | 10.358,46         | 10.358,46         | 14.304,78         | 10.358,46         | 10.358,46         |
| Salario neto                   | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16           | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          |
| IRPF                           | 3.946,32          |                   |                   | 3.946,32          |                   |                   | 3.946,32           |                   |                   | 3.946,32          |                   |                   |
| SST                            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30             | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            |
| SSE                            | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00           | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          |
| Gastos financieros             |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| IVA a pagar                    | 7.601,40          |                   |                   | 8.554,79          |                   |                   | 8.554,79           |                   |                   | 8.554,79          |                   |                   |
| IS EMPRESA                     |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 19.798,99          |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>SALIDAS DE CAPITAL</b>      | <b>35.744,13</b>  | <b>24.196,41</b>  | <b>24.196,41</b>  | <b>36.697,52</b>  | <b>24.196,41</b>  | <b>24.196,41</b>  | <b>56.496,51</b>   | <b>24.196,41</b>  | <b>24.196,41</b>  | <b>36.697,52</b>  | <b>24.196,41</b>  | <b>24.196,41</b>  |
| <b>COBROS -PAGOS</b>           | <b>2.062,78</b>   | <b>13.610,50</b>  | <b>13.610,50</b>  | <b>1.109,39</b>   | <b>13.610,50</b>  | <b>13.610,50</b>  | <b>- 18.689,60</b> | <b>13.610,50</b>  | <b>13.610,50</b>  | <b>1.109,39</b>   | <b>13.610,50</b>  | <b>13.610,50</b>  |
| <b>SALDO INICIAL</b>           | <b>121.472,21</b> | <b>123.534,99</b> | <b>137.145,49</b> | <b>150.755,99</b> | <b>151.865,39</b> | <b>165.475,89</b> | <b>179.086,39</b>  | <b>160.396,79</b> | <b>174.007,29</b> | <b>187.617,79</b> | <b>188.727,19</b> | <b>202.337,69</b> |
| <b>SALDO FINAL</b>             | <b>123.534,99</b> | <b>137.145,49</b> | <b>150.755,99</b> | <b>151.865,39</b> | <b>165.475,89</b> | <b>179.086,39</b> | <b>160.396,79</b>  | <b>174.007,29</b> | <b>187.617,79</b> | <b>188.727,19</b> | <b>202.337,69</b> | <b>215.948,19</b> |

Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de/ vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)

| TESORERIA                      | ene.-25           | feb.-25           | mar.-25           | abr.-25           | may.-25           | jun.-25           | jul.-25            | ago.-25           | sep.-25           | oct.-25           | nov.-25           | dic.-25           |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Capital</b>                 |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Capital social                 |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Aportaciones de socio l/p      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Aportaciones de socio c/p      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Financiación</b>            |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Préstamos                      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Subvenciones                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Crowdfunding                   |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Ventas</b>                  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>   | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  | <b>35.057,32</b>  |
| <b>IVA ventas (10%)</b>        | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>    | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   | <b>3.505,73</b>   |
| <b>ENTRADAS DE CAPITAL</b>     | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>   | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  | <b>38.563,05</b>  |
| Gastos de constitución         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Inversiones</b>             |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Inversiones materiales         |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| IVA Inversiones (21%)          |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>Financiación</b>            |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Préstamos                      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| Compras                        | 11.535,96         | 11.535,96         | 11.535,96         | 11.535,96         | 11.535,96         | 11.535,96         | 11.535,96          | 11.535,96         | 11.535,96         | 11.535,96         | 11.535,96         | 11.535,96         |
| IVA Compras (4%)               | 461,44            | 461,44            | 461,44            | 461,44            | 461,44            | 461,44            | 461,44             | 461,44            | 461,44            | 461,44            | 461,44            | 461,44            |
| Servicios exteriores           | 646,03            | 646,03            | 646,03            | 646,03            | 646,03            | 646,03            | 646,03             | 646,03            | 646,03            | 646,03            | 646,03            | 646,03            |
| IVA Servicios exteriores (21%) | 135,67            | 135,67            | 135,67            | 135,67            | 135,67            | 135,67            | 135,67             | 135,67            | 135,67            | 135,67            | 135,67            | 135,67            |
| <b>Gastos de personal</b>      | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>   | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  | <b>14.304,78</b>  |
| Salario neto                   | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16           | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          | 6.551,16          |
| IRPF                           | 3.946,32          | 3.946,32          | 3.946,32          | 3.946,32          | 3.946,32          | 3.946,32          | 3.946,32           | 3.946,32          | 3.946,32          | 3.946,32          | 3.946,32          | 3.946,32          |
| SST                            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30             | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            | 622,30            |
| SSE                            | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00           | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          | 3.185,00          |
| <b>Gastos financieros</b>      |                   |                   |                   |                   |                   |                   |                    |                   |                   |                   |                   |                   |
| IVA a pagar                    | 8.554,79          |                   |                   | 8.725,88          |                   |                   | 8.725,88           |                   |                   | 8.725,88          |                   |                   |
| IS EMPRESA                     |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 25.025,58          |                   |                   |                   |                   |                   |
| <b>SALIDAS DE CAPITAL</b>      | <b>35.638,65</b>  | <b>23.137,55</b>  | <b>23.137,55</b>  | <b>35.809,75</b>  | <b>23.137,55</b>  | <b>23.137,55</b>  | <b>60.835,33</b>   | <b>23.137,55</b>  | <b>23.137,55</b>  | <b>35.809,75</b>  | <b>23.137,55</b>  | <b>23.137,55</b>  |
| <b>COBROS -PAGOS</b>           | <b>2.924,40</b>   | <b>15.425,50</b>  | <b>15.425,50</b>  | <b>2.753,30</b>   | <b>15.425,50</b>  | <b>15.425,50</b>  | <b>- 22.272,28</b> | <b>15.425,50</b>  | <b>15.425,50</b>  | <b>2.753,30</b>   | <b>15.425,50</b>  | <b>15.425,50</b>  |
| <b>SALDO INICIAL</b>           | <b>215.948,19</b> | <b>218.872,59</b> | <b>234.298,09</b> | <b>249.723,59</b> | <b>252.476,89</b> | <b>267.902,40</b> | <b>283.327,90</b>  | <b>261.055,62</b> | <b>276.481,13</b> | <b>291.906,63</b> | <b>294.659,93</b> | <b>310.085,43</b> |
| <b>SALDO FINAL</b>             | <b>218.872,59</b> | <b>234.298,09</b> | <b>249.723,59</b> | <b>252.476,89</b> | <b>267.902,40</b> | <b>283.327,90</b> | <b>261.055,62</b>  | <b>276.481,13</b> | <b>291.906,63</b> | <b>294.659,93</b> | <b>310.085,43</b> | <b>325.510,94</b> |

## ANEXO 5 – PREVISIÓN DE CUENTA DE RESULTADOS



| RESULTADOS                                    | 31/12/2023        | 31/12/2024        | 31/12/2025        |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Pérdidas y ganancias</b>                   |                   |                   |                   |
| Ventas  | 404.352,00        | 412.439,04        | 420.687,82        |
| Imputación de subvenciones                    | 30.000,00         | -                 | -                 |
| Aprovisionamientos                            | 133.056,00        | 135.717,12        | 138.431,46        |
| <b>Margen</b>                                 | <b>301.296,00</b> | <b>276.721,92</b> | <b>282.256,36</b> |
| Gastos de personal (salarios bruto)           | 131.600,00        | 100.800,00        | 100.800,00        |
| Seguridad Social a cargo de la empresa        | 34.647,20         | 32.760,00         | 32.760,00         |
| Otros gastos de explotación                   | 25.066,00         | 7.600,32          | 7.752,33          |
| Amortización del inmovilizado                 | 10.000,00         | 10.000,00         | 10.000,00         |
| <b>A) RESULTADO DE EXPLOTACION (BAII)</b>     | <b>99.982,80</b>  | <b>125.561,60</b> | <b>130.944,03</b> |
| Gastos financieros                            | 987,83            | 433,70            | 4,89              |
| <b>B) RESULTADOS FINANCIEROS</b>              | <b>987,83</b>     | <b>433,70</b>     | <b>4,89</b>       |
| <b>C) RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS (A+B)</b> | <b>98.994,97</b>  | <b>125.127,90</b> | <b>130.939,14</b> |
| Impuestos sobre beneficios                    | 19.798,99         | 25.025,58         | 26.187,83         |
| <b>D) RESULTADO DEL EJERCICIO</b>             | <b>79.195,97</b>  | <b>100.102,32</b> | <b>104.751,31</b> |

## ANEXO 6 – PREVISIÓN DE BALANCE DE SITUACIÓN

| <b>BALANCE</b>                                      |                    |                    |                    |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>ACTIVO</b>                                       | <b>31/12/2023</b>  | <b>31/12/2024</b>  | <b>31/12/2025</b>  |
| <b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>                       | <b>40.000,00</b>   | <b>30.000,00</b>   | <b>20.000,00</b>   |
| Inmovilizado intangible                             |                    |                    |                    |
| Inmovilizado material                               | 40.000,00          | 30.000,00          | 20.000,00          |
| Fianzas y Depósitos                                 |                    |                    |                    |
| Impuesto de sociedades                              |                    |                    |                    |
| <b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>                          | <b>121.472,21</b>  | <b>215.948,19</b>  | <b>325.510,94</b>  |
| Existencias   |                    |                    |                    |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar     |                    |                    |                    |
| Cientes   |                    |                    |                    |
| Iva a cobrar  |                    |                    |                    |
| Efectivo y otros activos líquidos equivalentes      | 121.472,21         | 215.948,19         | 325.510,94         |
| <b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>                         | <b>161.472,21</b>  | <b>245.948,19</b>  | <b>345.510,94</b>  |
| <b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>                     | <b>31/12/2023</b>  | <b>31/12/2024</b>  | <b>31/12/2025</b>  |
| <b>A) PATRIMONIO NETO</b>                           | <b>114.788,68</b>  | <b>208.421,50</b>  | <b>306.650,81</b>  |
| A-1) Fondos propios                                 | 114.788,68         | 208.421,50         | 306.650,81         |
| Capital social                                      |                    |                    |                    |
| Otros   |                    |                    |                    |
| Reservas  |                    | 79.195,97          | 179.298,29         |
| Otras aportaciones de socios                        | 5.000,00           | 5.000,00           | 5.000,00           |
| Resultados negativos de otros ejercicios anteriores |                    |                    |                    |
| Resultado del ejercicio                             | 79.195,97          | 100.102,32         | 104.751,31         |
| A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos   | 30.000,00          | -                  | -                  |
| <b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>                       |                    |                    |                    |
| Deudas a largo plazo                                |                    |                    |                    |
| Préstamos participativos                            |                    |                    |                    |
| Préstamos   |                    |                    |                    |
| <b>C) PASIVO CORRIENTE</b>                          | <b>46.683,53 €</b> | <b>37.526,69 €</b> | <b>38.860,13 €</b> |
| Provisiones a corto plazo                           |                    |                    |                    |
| Deudas a corto plazo                                | 15.336,81 €        | 0,00 €             | 0,00 €             |
| Préstamos   | 15.336,81 €        | 0,00 €             | 0,00 €             |
| Leasings  |                    |                    |                    |
| Acreeedores comerciales y otras cuentas por pagar   | 31.346,71          | 37.526,69          | 38.860,13          |
| Proveedores   |                    |                    |                    |
| IVA a pagar   | 7.601,40           | 8.554,79           | 8.725,88           |
| IRPF  | 3.946,32           | 3.946,32           | 3.946,42           |
| Seguridad social                                    |                    |                    |                    |
| Impuesto de sociedades                              | 19.798,99          | 25.025,58          | 26.187,83          |
| <b>TOTAL DE PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>            | <b>161.472,21</b>  | <b>245.948,19</b>  | <b>345.510,94</b>  |

## ANEXO 7 - ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL CONTEXTO DE INTERVENCIÓN

### Análisis DAFO

| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>    |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Solo contamos con experiencia en catering dentro de la Cooperativa.</li> <li>✘ Somos nuevos en el mercado de restauración, contamos con poca experticia en este sector.</li> <li>✘ Poco capital para arrancar. La falta de recursos propios para la puesta en marcha inicial y fondo de maniobra nos obliga a recurrir a financiación, bien por vía crédito bancario o subvenciones.</li> <li>✘ Centrarnos solo en el negocio de consumo dentro del local y descartar el servicio de comida para llevar.</li> <li>✘ Sobre estimarnos y/o subestimar a nuestros posibles clientes. El desconocimiento de nuestras propias capacidades y las del entorno en el ámbito de la restauración.</li> <li>✘ El cálculo correcto de los costos operativos y los precios de venta.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ El mercado de la restauración en Barcelona es muy competitivo, que aunque con pocas opciones de comida africana, es suficientemente grande con ofertas variadas, precios muy baratos, tendencias culinarias, ingredientes apetecibles pero poco saludables, lo contrario.</li> <li>✘ Entorno económico incierto. La pandemia de coronavirus, por ejemplo, causó que más del 25% de los restaurantes se vieron amenazados con el cierre definitivo durante el confinamiento.</li> <li>✘ Aumento de los precios de los proveedores, debido al aumento del IPC a nivel general, esto representa una de las mayores amenazas para los restaurantes. Los precios de los alimentos actualmente continúan en alza.</li> <li>✘ Las malas reseñas en las redes, las críticas y los comentarios negativos pueden tener un impacto significativo en la reputación de un restaurante.</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Escándalo sanitario que puede llevar al cierre del establecimiento, sino que también puede dar lugar a una gran multa.</li> </ul>  |
| <p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p>  | <p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ Confianza en nuestras capacidades como colectivo.</li> <li>✘ Experiencia de éxito en un proyecto en el que hemos estado aprendiendo sobre la marcha. Top Manta Marca de confección de piezas de ropa y serigrafía.</li> <li>✘ Crecimiento frente a las dificultades que presenta el entorno.</li> <li>✘ Somos un colectivo asertivo.</li> <li>✘ Contamos con el conocimiento, la experiencia y la voluntad para hacer de nuestro restaurante una opción diferenciadora: recetas únicas, cocineras y cocineros experimentados, fusión.</li> <li>✘ Se replicará la experiencia de las zapatillas Ande Dem, trazabilidad en los suministros, colaboradores</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✘ La gastronomía africana como herramienta de comunicación de la problemática que vive el colectivo migrante en la ciudad de Barcelona y sus alrededores.</li> <li>✘ Hoy en día, la marca Top Manta tiene un prestigio dentro de la comunidad migrante, africana y afrodescendiente en la zona, así como en el público nacional con conciencia social en Barcelona y sus alrededores.</li> <li>✘ Es una propuesta novedosa que invita a la comunidad en general a degustar de la gastronomía africana y al mismo tiempo de formar parte del cambio social donde las personas son lo principal.</li> <li>✘ Permite mostrar un aspecto más de la cultura africana que no es tan popular en Europa como lo es la música, la fauna y el textil.</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
| <p>de proximidad, insumos buenos para el ambiente y las personas, precios justos.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✘ Será un espacio para conocer la esencia del colectivo mantero.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>✘ Amplía el abanico de opciones para las personas curiosas que les gusta probar nuevos platos.</li><li>✘ Más multiculturalidad para la ciudad de Barcelona.</li><li>✘ Trabajar con proveedores de todo el territorio catalán para la elaboración de nuestros productos.</li></ul> |
|--|---|

## ANEXO 8 -TAREA DE MARKETING

### ENCUESTA

#### VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Te he invitado a que rellenes un formulario:

##### Restaurante escuela senegalés

Restaurante escuela de gastronomía senegalesa, para emplear y capacitar a personas en el ámbito de la restauración que les permita tener una certificación de profesionalidad

**¿Qué edad tienes?**

**¿Cuántas veces a la semana comes fuera de casa?**

- 2
- 1
- Mas de 3 veces
- Solo los fines de semana

**¿Consumes productos elaborados por personas que viven en la ciudad, pero no son nacionales?**

- No
- Prefiero los productos nacionales
- Algunas veces
- si

**¿Te gusta la comida picante/i o especiada?**

- Sí
- No
- Tal vez

**¿Te gustaría que hubiera en la ciudad una propuesta de restaurante diferente, atendido por un colectivo migrante?**

- Sí
- No
- Tal vez

**¿Te gustaría probar una propuesta diferente sin jamón y sin alcohol?**

- Sí



*Proyecto de viabilidad económica de la puesta en funcionamiento del restaurante-escuela de gastronomía senegalesa. Nueva línea de negocio social de Top Manta (Cooperativa Popular de/ vendedores ambulantes de Barcelona, SCCL)*

- No
- Tal vez

**¿Crees que la gastronomía es una buena manera de conocer otras culturas?**

---

**En la gastronomía, ¿cuánto valoras probar cosas nuevas y diferentes? (1 al 5)**

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## **MARKETING SOCIAL**

DOCENTE:

**GUILLEN BARGALLO TORRENT**

## **RESTAURANTE SENEGALES**

ESTUDIANTES:

**Jennifer Bustos**

**Nelson Calles**

**María Elena Coa**

**José Antonio Monteagudo**

**Marc Lleida**

Mataró, 02/10/2022

## 1. PROPÓSITO DEL PROYECTO

### **Creación de puestos de trabajo y capacitación para el colectivo migrante que busca regularizar a través del arraigo laboral.**

Ofrecemos una propuesta de comida diferente, sana y con productos de proximidad, totalmente engranada con cinco de los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible:

- Trabajo decente y crecimiento económico. La erradicación de la pobreza solo es posible mediante empleos estables y bien remunerados, por ello, con este proyecto, se crean puestos de trabajo, garantizando sus aportes a la seguridad social, a través de un contrato con todos los beneficios de ley. Toda la sociedad sale beneficiada, mientras más personas sean productivas y contribuyan al crecimiento de su país.
- Reducción de las desigualdades. En el proyecto se trabaja en minimizar las desigualdades en el género, la edad, la discapacidad, la orientación sexual, la raza, la clase, el origen étnico, dando oportunidad a quien quiera apoyar el proyecto.
- Producción y consumo responsable. En el proyecto se contempla el uso de materias primas, insumos y todo lo necesario para la elaboración de productos de proximidad. Al tener proveedores locales con prácticas sostenibles, se marca la diferencia y ejerce presión sobre las empresas para que adopten procesos que beneficien al ambiente y a las personas.
- Igualdad de género. A pesar de que la base fundadora del proyecto está representado por hombres senegaleses, hoy en día hay presencia de mujeres que están haciendo cada vez más un trabajo igualitario, que las ha empoderado y además tienen las capacidades para trabajar en el restaurante, no sólo en la cocina, sino también en la atención al cliente y en la administración.
- Reducción de las desigualdades. En el proyecto se trabaja en minimizar las desigualdades en el género, la edad, la discapacidad, la orientación sexual, la raza, la clase, el origen étnico, dando oportunidad a quien quiera apoyar el proyecto.

## 2. VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO



[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc-Ojr8PbVa470VPEjQ1fZgvY9YsEqBBJ\\_aEtr2-xVCV9xIXfw/formResponse?pli=1](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc-Ojr8PbVa470VPEjQ1fZgvY9YsEqBBJ_aEtr2-xVCV9xIXfw/formResponse?pli=1)

### **Nuestra encuesta: Restaurante escuela senegalés**

La encuesta fue respondida por 24 personas y nos arrojó los siguientes resultados:

- El 41,7% de los encuestados son de nacionalidad española.
- La edad promedio de los encuestados es de 36 años.
- El 41,7% de los encuestados dicen que ocasionalmente le importa acompañar su comida con bebida alcohólica .
- El 70,8% conoce poco sobre la gastronomía de Senegal.
- El 50% está dispuesto a visitar un restaurante diferente a sus costumbres.
- El 43,5% de los encuestados dice que sólo los fines de semana come fuera de casa .
- El 58% dice que consume productos elaborados por personas que viven en la ciudad pero no son nacionales.
- El 41,7% dice que le gusta la comida picante y/o especiada.
- El 75% de los encuestados le gustaría que hubiera en la ciudad una propuesta de restaurante diferente, atendido por un colectivo migrante.
- El 50% le gustaría probar una propuesta diferente sin jamón y sin alcohol.

- El 100% cree que la gastronomía es una buena manera de conocer otras culturas.
- El 58,30% valora , en la gastronomía, probar cosas nuevas y diferentes.

En síntesis, de la encuesta realizada a esta población mayoritariamente española, con una media de 36 años de edad, conoce poco sobre la gastronomía de Senegal, pero coinciden que la gastronomía es una buena manera de conocer otras culturas. De hecho, consumen productos elaborados por personas que viven en la ciudad pero no son nacionales. Con esto podemos inferir que la población que pudiera ser económicamente activa está abierta a probar comida foránea. Otro punto es que el 43,5% de los encuestados dice que sólo los fines de semana come fuera de casa , pero lo hacen, por lo que podemos interpretar que pudiera haber demanda.

Ven positivamente y existe una propensión a visitar un restaurante diferente a sus costumbres y además le gustaría que hubiera en la ciudad una propuesta de restaurante diferente, atendido por un colectivo migrante. Un punto de valor es que el 41,7% dice que le gusta la comida picante y/o especiada, característico de la comida senegalesa. A la mitad de los encuestados, le gustaría probar una propuesta diferente sin jamón y sin alcohol, que es propia de la gastronomía de la cultura musulmana. Es decir, se puede validar positivamente la idea de negocio , y atender a un mercado específico.

Para más detalles de los resultados obtenidos, se adjunta un PDF con la representación gráfica.

## **PROPUESTA DE VENTA Y OBJETIVOS**

### **Propuesta única de valor:**

Nuestro proyecto es un restaurante escuela gestionado por el colectivo mantero, que ofrecerá platos únicos fusión africana mediterránea, hechos con productos de proximidad, con sabores típicos del Senegal, con atención y gestión de personas en formación.

### **Objetivos SMART:**

Generar 10 nuevos puestos de trabajo: 4 para el colectivo migrante con experiencia en restauración y 6 para practicantes, logrando así la autonomía de estas personas, un bienestar para ellos y sus familias.

Certificar la escuela y al personal formador según lo indicado en el portal certifica't de la Generalitat de Catalunya, para poder emitir los certificados de profesionalidad y así los participantes en las formaciones puedan tener su acreditación profesional en el sector de la restauración, una vez alquilado el

local y dentro de los primero 4 meses, durante las reformas y antes de la apertura del restaurante escuela.

Elaborar una carta de platos y bebidas de temporada, lo suficientemente atractiva para el público de la ciudad de Barcelona, que invite a conocer el lugar, llenar la sala en un 80%.

Al cabo de 12 meses de funcionamiento, lograr un ingreso mensual que cubra los costos fijos, para asegurar la permanencia de la escuela y los puestos de trabajo.

### **3. ACCIONES DE CAPTACIÓN COMPRA Y FIDELIZACIÓN**

Luego de la encuesta y entendiendo que nuestro cliente es una persona activista por los derechos de los migrantes, con una sensibilidad marcada sobre el consumo de proximidad o con interés sobre estos temas.



#### **Acciones de captación:**

1. Campaña de comunicación en redes sociales principalmente en Instagram y Twitter documentando todo el proceso de montaje del restaurante escuela de gastronomía senegalesa. Los nombres propuestos para la campaña serían:
  - o De la cocina a la inclusión
  - o Cocinando el estigma
  - o Migrando sabores
  - o África Fusión
  - o Sabores sin fronteras
2. Hacer rueda de prensa para la inauguración.

3. Repartir flyers en los alrededores del local sobre los talleres y los servicios del restaurante.
4. Creación de una página web exclusiva para el restaurante escuela. Con contenido para a través de palabras claves, se pueda hacer un posicionamiento SEO.
5. Abrir un perfil en Tripadvisor donde los usuarios puedan descubrir el restaurante escuela, interactuar con sus opiniones y feedback y compartir recomendaciones con otros usuarios.

#### **Acciones de compra-venta:**

1. Tener una carta acorde calidad precio. Ofrecer un buen servicio de atención. Garantizar la limpieza e higiene en todas las áreas. Ofrecer formaciones de alto nivel que cumplan con los estándares del sector de hostelería y restauración del territorio.
2. Elaborar frecuentemente contenido sobre la cultura senegalesa, gastronomía de fusión, bebidas sin alcohol, sitio en la ciudad diferente de compartir con la familia y amigos.
3. recibir a los clientes con shots y tapas como muestra de lo que probarán en el restaurante.

#### **Acciones de fidelización:**

1. Descuentos exclusivos a través de tarjetas de afiliación.
2. Creación de comunidades a través de la página web del restaurante escuela complementada con emailing .
3. Concursos: premios como comidas, cenas, talleres.

## **ANEXO 9 - CAMPAÑAS PRINCIPALES DE TOP MANTA**

1. Campaña de creación de la marca.

[Top Manta · Ropa legal hecha por gente ilegal \(goteo.org\)](https://goteo.org)

Se estableció un crowdfunding para financiar el lanzamiento de la marca y la primera colección bajo los lemas FAKE SYSTEM, TRUE CLOTHES (SISTEMA FALSO, ROPAS AUTÉNTICAS) y LEGAL CLOTHING, ILLEGAL PEOPLE (ROPA LEGAL, GENTE ILEGAL). Estos dos lemas siguen siendo los principales de la marca.

La colección se presentó en un desfile con la asistencia de prensa nacional y prensa especializada del mundo del diseño y de la moda. Es la primera vez que los manteros tienen un impacto en este tipo de medios. [\(20+\) Facebook](#)

2. Campaña de la Lotería Mantera

[Top Manta | Artists Series // Lotería Mantera \(manteros.org\)](https://manteros.org)

La Lotería Mantera es la segunda colección de la marca. Veinte (20) artistas de prestigio internacional diseñan chaquetas tejadas únicas en el mundo, en exclusiva para Top Manta. Las prendas se sortean en una lotería de Navidad.

[\(795\) TOP MANTA // ARTISTS SERIES // LOTERIA MANTERA - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=795TOPMANTA//ARTISTSERIES//LOTERIAMANTERA)

3. Campaña banco de alimentos más taller de costura durante el confinamiento por COVID

Durante el estado de alarma por COVID los manteros montaron un banco de alimentos que repartió comida y productos de primera necesidad a trescientas cincuenta (350) familias migrantes empobrecidas que no podían acceder a ninguna ayuda por no tener papeles y tampoco podían salir a trabajar como manteros por el estado de alarma.

También transformaron la tienda de ropa de la marca en un taller de costura en el que se fabricaron casi treinta mil (30.000) batas y material sanitario de forma altruista para abastecer a varios hospitales de Cataluña.



[\(795\) Barcelona street vendors sew more than 5,000 masks and medical gowns for Catalan hospitals - YouTube](#)

4. RegularizaciónYa

Top Manta se une a la campaña estatal para pedir la regularización administrativa de todas las personas migrantes sin papeles. La campaña la impulsan colectivos migrantes y afrodescendientes de todo el estado. Es una campaña de largo recorrido que sigue activa. Se intentó impulsar una nueva ley, pero el Congreso de los diputados del Estado español votó en contra.

[#RegularizacionYa](#)

5. Ande Dem, las primeras zapatillas de la marca

Top Manta presenta sus primeras zapatillas, las Ande Dem, que significa caminar en conjunto en Wolof, la lengua de Senegal. Estas zapatillas son fruto del aprendizaje hecho durante cinco (5) años del Sindicato mantero y proponen un nuevo caminar, una nueva forma de hacer las cosas, que ponga en el centro a las personas y al planeta.

Las Ande Dem están:

- Diseñadas colectivamente.
- Primera edición limitada de 400 unidades para evitar excedentes de stock.
- Fabricadas en pequeños talleres de proximidad
- Comercio justo
- Beneficio colectivo: somos una cooperativa

El lema: "It's not about just doing it, it's about doing it right" ("No se trata de sólo hacerlo, sino de hacerlo bien"). Un claro guiño al capitalismo agresivo cuyo objetivo solo se centra en vender más, sin tener en cuenta a las personas y al planeta.

[\(795\) Ande dem, caminar conjunto // TOP MANTA // Sindicato Mantero de Barcelona - YouTube.](#)