

Repositorio de la Escuela Superior Politécnica del Litoral
Artículo Tesis Grado

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Maria Cedeño Veintimilla ⁽¹⁾ Stephania Pazmiño Medina ⁽²⁾ Katherine Sanchez Reyes ⁽³⁾

Ing.. Oscar Mendoza Macias (Director de Proyecto de Graduación)⁽⁴⁾

Economía con Mención en Gestión Empresarial ^(1,2,3)

Máster en Economía y Administración de Empresas⁽⁴⁾

Facultad de Economía y Negocios ^(1,2,3,4)

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)^(1,2,3,4)

Campus Gustavo Galindo, km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01 – 5863. Guayaquil – Ecuador

[^{\(1\)} mgcedeno@espol.edu.ec](mailto:mgcedeno@espol.edu.ec) [^{\(2\)} stemapaz@espol.edu.ec](mailto:stemapaz@espol.edu.ec) [^{\(3\)} katjasan@espol.edu.ec](mailto:katjasan@espol.edu.ec) [^{\(4\)} omendoza@espol.edu.ec](mailto:omendoza@espol.edu.ec)

Resumen

Este proyecto es realizado con el fin de conocer la viabilidad de hacer una inversión para la creación de un restaurante de mariscos en la ciudad de Guayaquil, comenzando con una investigación del proyecto, por medio de una encuesta conoceremos los gustos y preferencias de nuestros futuros clientes, estos datos nos arrojará información la cual utilizaremos estadísticas para conocer los posibles resultados, la cual nos ayudara a tomar decisiones en el desarrollo del proyecto. Usaremos herramientas financieras como la TIR, y el PAYBACK se da paso a la estimación de la viabilidad de proyecto y la rentabilidad que obtendremos.

Palabras Claves: Restaurante, mariscos

Abstract

This project is performed in order to know the feasibility of making an investment for the creation of a seafood restaurant in the city of Guayaquil, starting with a research project through a survey to know the tastes and preferences of our prospective clients these data yield information which we use Stat to know the possible outcomes, which will help us make decisions in the development of the project. will use financial tools such as the IRR, the payback is giving way to the estimation of project viability and profitability that we get

Keywords: Restaurant, seafood

1. Introducción

El proyecto se ha desarrollado con nuestros conocimientos financieros y operativos, además de haber realizado una breve y minuciosa investigación, la cual nos ayudo a elegir nuestro mercado potencial.

El tema del proyecto nace ante la necesidad de implementar un restaurante de mariscos en la ciudad de Guayaquil integrando aquella demanda insatisfecha. El negocio de la comida es atractivo y rentable, siempre y cuando éste sea bien administrado.

“DELICIAS DEL MAR” es una empresa dedicada a la elaboración de platos con mariscos brindando un producto de buena calidad, un servicio innovador con atención eficiente, dirigido especialmente a un público de exigente paladar.

Nuestro propósito es ofrecer un variado menú y la posibilidad de comer en un ambiente cómodo tal cual estuviéramos en las playas de nuestro país. Podremos compartir momentos agradables con familiares y amigos. Su ubicación será ideal por encontrarse en el norte de ciudad, en la ciudadela La Garzota.

En resumen podemos decir, teniendo en cuenta que los mariscos, además de ser deliciosos, poseen cualidades saludables; nutrientes y vitaminas que benefician al ser humano. Nuestro restaurante de marisco será el lugar perfecto para recomendar en todo momento.

2. Planteamiento del Problema

En la actualidad existen muchos restaurantes; de mariscos, internacionales, típicos, los denominados comida rápida y muchos puestos ilegales que ofertan otras clases de comida. Por lo tanto la competencia será dura ya que existen muchos ofertantes en la ciudad, pero con esta investigación de mercado deseamos establecer nuestros clientes y el precio que estarían dispuestos a pagar por nuestros productos.

Por este motivo se pretende implementar un restaurante en el cual se ofrezca un servicio innovador diferente al que ofrecen los demás y comida deliciosa con mariscos frescos que son buenos para el organismo

3. Objetivos Generales y Específicos

3.1. Objetivo General

Definir la viabilidad y rentabilidad para la implementación de un Restaurante de Mariscos en la ciudad de Guayaquil.

3.2. Objetivos Específicos

- Realizar estudio organizacional.
- Realizar estudio técnico.
- Realizar investigación de Mercado y sus análisis.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto.
- Realizar un análisis de sensibilidad univariado.

4. Características del Servicio y Producto

4.1. Definición del Producto y Servicio

Nuestro proyecto de inversión es un restaurante de mariscos situado en la ciudad de Guayaquil, estará dirigido a personas de clase media y media-alta. La comida será preparada por Chefs que han tenido experiencia en comida típica nacional hecha a base de mariscos.

La materia prima como vegetales, frutas, verduras y mariscos serán frescos cumpliendo todas las normas sanitarias y de higiene brindando así confianza y calidad a los consumidores. Para lo cual será rígida la selección de los proveedores que nos proporcionarán lo necesario para llevar a cabo nuestros platos

5. Análisis FODA

Fortalezas:

- Capacidad de diferenciación con respecto a otros restaurantes: Se ofrecerá un servicio marcado por algo muy diferente como los platos y todo el entorno.
- Ser innovador: En Guayaquil no existe ningún restaurante con una oferta de estas características, se aprovechará al máximo esta ventaja.
- Buena ubicación Geográfica.

Oportunidades:

- Creciente tendencia por el consumo de restaurantes: Esta tendencia viene registrándose en los últimos años, ya que este tipo de lugares ocupan cada vez más un espacio importante en las preferencias y gustos de la gente. Creemos que “Delicias del mar” está preparada para esto.
- Tendencias de los consumidores a buscar nuevas experiencias y sensaciones en la comida: La gente, aparte de buscar cosas, lugares y actividades diferentes o no convencionales para hacer, también opta por el buscar los placeres de comer algo "encantador" y sentirse totalmente desinhibido. Se trabajará en la incentivación.

- Apertura de un nuevo mercado: Hablamos de generar un mercado compuesto por personas que, totalmente desinhibidos, deseen degustar las mejores comidas de mariscos en búsqueda de una intimidad acorde.

Debilidades:

- Somos nuevos en el mercado de restaurantes: Lo que generalmente implica un costo al principio. Es necesario aprender lo más rápido posible para poder adaptarse a los cambios de la mejor manera

Amenazas:

- Amplia y diversidad de competencia.
- Bajos costos de cambio de los clientes.
- Inseguridad en cuanto a robos.
- Consumidores poco fieles.
- Apertura de nuevos restaurantes extranjeros dedicados a la venta de marisco preparados.

6. Investigación de Mercado y su Análisis

6.1. Determinación del Tamaño de la Muestra

El objetivo de la investigación de mercados y su respectiva encuesta es conocer si la creación del restaurante de mariscos en la ciudad de Guayaquil tendría aceptación por nuestros posibles consumidores, debido a que este no es conocido por la población al ser un nuevo negocio.

También se desea determinar la población objetivo del restaurante, conocer el perfil del consumidor y su frecuencia de consumo. Todo esto es información importante para poder estimar la demanda y la participación del negocio en el mercado.

Después de los resultados obtenidos en el análisis de las encuestas realizadas, se establecerá estrategias de marketing para posicionar el negocio.

Con la siguiente formula de población infinita determinamos las encuestas:

$$n = \frac{z^2 (p \times q)}{e^2}$$

Donde:

n : Tamaño de la muestra

z : 1,96 para $e=5\%$, 1.67 para $z=10\%$

p : 0,5

q : $(1 - p)$:

$(1-0,5) = 0,5$

Estableciendo e : $10\% = 0.1$

$$n = \frac{1,67^2 (0,5 \times 0,5)}{0,01} = 69,72$$

$n = 69,72$

$n \cong 70$

Se concluye que es preciso realizar 70 encuestas en puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil, garantizando que los resultados obtenidos sean representativos de la población. Con esta muestra, se pretende explicar con validez estadística el comportamiento de los guayaquileños con respecto al futuro proyecto, tendencias y expectativas

6.2. Análisis de Resultado de la Encuesta

Con la encuesta realizada y su posterior análisis, se puede concluir nuestro proyecto tendría una aceptación en el mercado, ya que el 56% de los encuestados tienen una apreciación aceptable de nuestro producto de estos el 58,25% estaría dispuesto a pagar un precio de \$ 5 a 10 dólares cada plato q ofreceremos

Este proyecto cuenta con grandes expectativas de crecimiento y consolidación en corto tiempo.

7. Matriz Boston Consulting Group

Según los parámetros de la matriz BCG concluimos que nuestro restaurante se encuentra en el cuadrante del signo de interrogación ya que este negocio no tiene participación dentro del mercado. En cuanto al crecimiento, este se incrementará por las oportunidades que hemos encontrado.

Para captar la atención de nuestros posibles consumidores debemos planear fuertes y novedosas estrategias para así llegar a posicionarnos en el mercado como líder en comida de mariscos. Por lo cual necesitaremos una gran inversión ya que ofreceremos productos y servicios diferentes al de nuestros competidores.

Figura 1. Matriz BCG



Como consecuencia de la investigación nuestro servicio se ubica en el cuadrante de crecimiento y participación alta, es decir, “Producto Estrella” ya que se espera tener una buena aceptación en el mercado, para lo cual se realizará una estrategia de marketing que nos da mayor cavidad y poder ganar terreno frente a los principales competidores de este proyecto.

8. Matriz Implicación

La empresa Delicias del Mar se encuentra en el cuadrante del hedonismo al tener una débil implicación de compra pero una atractividad emocional, esto debido a que se desea lograr una conexión más emotiva con el comprador a través de las campañas publicitarias.

Lo que buscamos es llegar a lo afectivo emocional de nuestros consumidores para que vean nuestro servicio como una alternativa confiable, a través de la investigación de mercado se determino que un gran porcentaje de entrevistados están dispuestos adquirir nuestro productos.

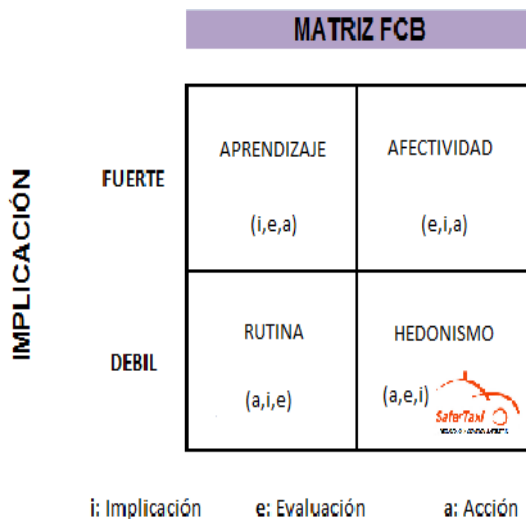


Figura 2. Matriz Implicación

9. Mercado Meta

9.1. Macro Segmentación

Se debe realizar una macro segmentación para poder delimitar o reconocer el mercado en el cual se desea competir, es decir, el mercado de referencia. Para esto se establecerán tres dimensiones: grupos de clientes interesados por el producto, funciones desarrolladas para los clientes y la tecnología empleada para producir dichas funciones

9.2. Micro Segmentación

Una vez hecha la macro segmentación en productos-mercado, analizaremos minuciosa y detalladamente los segmentos y conjuntos que los integran.

El objetivo de este estudio es destacar estos aspectos e investigar cuales son más comunes a la mayor cantidad posible de clientes, a fin de determinar un segmento apropiado

- **Localización:** Personas de nivel socio-económico medio en adelante.
- **Sexo:** Masculino y Femenino.
- **Edad:** Personas de 18 años de edad en adelante.
- **Actividad:** Familias, estudiantes, profesionales y empresarios.
- **Intereses:** Satisfacción en los alimentos, reuniones sociales.
- **Opiniones:** Estilo de vida, consumo de alimentos de gran calidad y sabor.

10. Marketing MIX: 5P'S

Producto:

Los platos del variado menú de DELICIAS DEL MAR estará preparado en un 40% por vegetales y 60% de mariscos, tales como:

- ✓ Pescado
- ✓ Camarón
- ✓ Concha
- ✓ Pulpo
- ✓ Calamar
- ✓ Cangrejo

Nombre de la Empresa: Delicias del Mar

El nombre de nuestro restaurante, “Delicias del mar”, se lo definió en base a un estudio realizado. Los objetivos eran captar la atención y curiosidad de los clientes y a la vez fácil de recordar.

Lema de la Empresa:

Sugerir pensamientos al paladar invitando gustos diferentes

Logo de la Empresa:



Figura 3. Logotipo

El logotipo de “Delicias del mar” se caracteriza por poseer colores atractivos y a la vez elegantes. Las letras del nombre son grandes para ser visibles fácilmente y un pescado que es el animal representante del mar.

Precio:

Con respecto al precio, los resultados de las encuesta nos dieron el rango entre de \$5 a \$10 por plato. Pero tendremos precios más baratos para que las personas puedan acceder fácilmente a consumir en nuestro restaurante.

Para platos nuevos con ingredientes especiales se agregará un valor adicional de acuerdo al incremento del costo promedio de la materia prima. Los precios irán desde los \$10 hasta los \$20, los cuales están en nuestro rango de disponibilidad a pagar por las personas por estos platos.

Plaza:

El lugar en donde instalaremos “Delicias del mar” será en el sector norte de Guayaquil en la ciudadela La Garzota, que está rodeada por la Alborada, Sauces, Simón Bolívar, Vernaza e IETEL, en donde tendremos nuestro espacio físico para ofrecer exquisita comida marinera.

Publicidad:

Realizaremos publicidad a través de:

- Prensa Escrita.- Puede ser la opción para captar la atención del cliente. Usualmente en los diarios “EL UNIVERSO”, “EXPRESO”.
- Radios.- Canela y Antena 3.
- Redes Sociales.- Facebook y Twitter.
- A través de la web en buscadores como Google o en páginas amarillas.
- En la vía pública, repartiendo volantes en zonas cercanas de gran afluencia.
- Televisión

11. Estudio Técnico

11.1. Activos para el Funcionamiento y Mantenimiento del Proyecto

El proyecto del restaurante “Delicias del mar”, incurrirá con gastos de instalaciones, la cual hemos concluido que alquilaremos un espacio físico situado en la ciudadela La Garzota, y debido a esto realizaremos inversión en obras físicas.

Tabla 1. Equipos de Cocina

Cantidad	Detalles	Precio unitario	Total
1	Plancha	\$ 500	\$ 500
2	Cocinas industriales con 3 hornillas	\$ 1.215	\$ 2.430
3	Congeladores	\$ 750	\$ 2.250
2	Refrigeradoras	\$ 500	\$ 1.000
1	Salamandra para gratinar	\$ 750	\$ 750
1	Olla arrocera	\$ 420	\$ 420
1	Campana extractora	\$ 1.500	\$ 1.500
1	Trampa de grasa	\$ 400	\$ 400
1	Licuada industrial	\$ 400	\$ 400
1	Extractor de jugo	\$ 300	\$ 300
2	Jugueras	\$ 800	\$ 1.600
2	Lavaderos de tres posas	\$ 490	\$ 980
50	Ollas, sartenes y utensilios de cocina	\$ 30	\$ 1.500
150	Vasos	\$ 1	\$ 150
12	Bandejas y charolas	\$ 20	\$ 240
500	Vajillas	\$ 3	\$ 1.500
5	Tablas de picar	\$ 10	\$ 50
TOTAL			\$ 15.970

Tabla 2. Muebles y Enseres

Cantidad	Detalles	Precio Unitario	Total
1	Aire acondicionado central	\$ 2.000	\$ 2.000
1	Camioneta	\$ 20.000	\$ 20.000
2	Computadoras	\$ 383	\$ 766
1	Impresora Multifuncional	\$ 66	\$ 66
2	Impresora Matricial	\$ 175	\$ 350
2	Dispensador de agua	\$ 50	\$ 100
2	Escritorios	\$ 150	\$ 300
1	Sillas con ruedas	\$ 45	\$ 45
2	Teléfonos	\$ 40	\$ 80
15	Sillas y mesas para el restaurante	\$ 400	\$ 6.000
1	LCD	\$ 1.185	\$ 1.185
1	Muebles	\$ 800	\$ 800
TOTAL			\$ 31.692

11.2. Valorización de inversiones en obras físicas

El local comercial será alquilado en la ciudadela La Garzota a un valor de \$1.800, tendrá una superficie 120 [mt] ^2, la remodelación del lugar estará a cargo de un diseñador de restaurantes, el cual fija el precio de \$15.000 para mano de obra y materia prima.

Tabla 5. Balance de Local

Local comercial (alquiler)	1.800,00
Costos de Remodelación	10.000,00
COSTO TOTAL IMPLEMENTACIÓN (OBRA FÍSICA)	11.800,00

Otro costo de inversión en cuanto a obras físicas se trata son los gastos administrativos donde se toma en cuenta los sueldos y prestaciones sociales del personal, la estimación de los mismos se los realizará con una proyección de inflación de 3.33%.

A continuación nuestra tabla de gastos administrativos del personal de Delicias del Mar

Tabla 6. Balance de Personal

Cargo	Sueldo	Cantidad	ISS	XIII	XIV	Fondos de reserva	Vacaciones	Subtotal	Total
Gerente	\$1.000	1	\$111,50	\$83,33	\$22,00	\$83,33	\$41,67	\$1.341,83	\$1.341,83
Chefs	\$800	2	\$89,20	\$66,67	\$22,00	\$66,67	\$33,33	\$1.077,87	\$2.155,73
Ayudantes de cocina	\$400	6	\$44,60	\$33,33	\$22,00	\$33,33	\$16,67	\$549,93	\$3.299,60
Asistente de compras	\$300	1	\$33,45	\$25,00	\$22,00	\$25,00	\$12,50	\$417,95	\$417,95
Contador	\$300	1	\$33,45	\$25,00	\$22,00	\$25,00	\$12,50	\$417,95	\$417,95
Meseros	\$300	3	\$33,45	\$25,00	\$22,00	\$25,00	\$12,50	\$417,95	\$1.253,85
Cajera	\$400	1	\$44,60	\$33,33	\$22,00	\$33,33	\$16,67	\$549,93	\$549,93
Repartidor	\$300	1	\$33,45	\$25,00	\$22,00	\$25,00	\$12,50	\$417,95	\$417,95
Barman	\$300	1	\$33,45	\$25,00	\$22,00	\$25,00	\$12,50	\$417,95	\$417,95
Guardia privado	\$300	1	\$33,45	\$25,00	\$22,00	\$25,00	\$12,50	\$417,95	\$417,95
TOTAL MENSUAL		18	\$490,60	\$366,67	\$220,00	\$366,67	\$183,33	\$6.027,27	\$10.680,70

12. Estudio Financiero

12.1. Inversión Inicial

La inversión inicial, es decir el capital que necesitamos para implementar nuestro restaurante, está dada por la adquisición de bienes de capital que sirven para producir los platos que ofreceremos a nuestros consumidores. Se requerirá contar con un local, muebles y equipos de oficina, suministros y equipos de cocina. También entrarán los gastos de constitución y capital de trabajo. Por lo tanto la inversión total para la implementación del restaurante de mariscos en la ciudad de Guayaquil, será de \$90.352.

12.2. Estructura de Financiamiento

Del total de inversiones que se requieren para el proyecto, el Banco, financiará el 50% que corresponde a \$ 32.046,90 con una tasa del 11.79%, esta tasa se encuentra actualizada del 2011, el préstamo será a un plazo de 3 años.

Tabla 8. Financiamiento del Proyecto

APORTE DE SOCIOS		
Capital propio	32.046,90	50,00%
Préstamo	32.046,90	50,00%
Total Financiamiento	64.093,79	100,00%

12.3. Modelo de evaluación de activos CAPM

El CAPM es un modelo alternativo para estimar la tasa de descuento que representa la rentabilidad mínima exigida por parte del inversor al proyecto, basado en el riesgo de invertir en el mismo.

Para determinar la tasa de rendimiento esperada de capital sobre el activo se debe considerar:

$$R_e = R_f + \beta (R_m - R_f) + R_p$$

Donde:

R_i = Rentabilidad exigida.

R_f = Tasa libre de riesgo.

R_m = Rendimiento Promedio del Mercado

R_p = Riesgo país del Ecuador

β = Exceso de rentabilidad del portafolio de mercado.

Obteniendo los datos necesarios para determinar la tasa de descuento requerida, procedemos a reemplazarlos en la fórmula anteriormente mencionada obteniendo lo siguiente:

Tabla 9. Cálculo de la TMAR

TMAR	
Información	Porcentajes
rf	3,66%
b	0,35
rm	22,00%
RP ecu	8,13%
Ri	18,21%

12.4. Flujo de Caja

Para la construcción del flujo de caja proyectado se ha tenido en cuenta las siguientes consideraciones de acuerdo a nuestro modelo de negocio, las mismas que se detallan a continuación:

A través del flujo del caja y del cálculo del VAN y la TIR, se puede determinar si el presente proyecto será rentable. Delicias del Mar tendrá un VAN de \$81,845.49 el cual nos indica que el proyecto si resulta conveniente. Con la TIR de 43,59%, la cual es mayor a la tasa de descuento que es de 18,21%, se determina que el negocio si debería llevarse a cabo generando utilidades tal como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 10. Flujo de Caja

Flujo de efectivo	
0	74083.65
1	4161.24
2	25265.65
3	47232.70
4	75272.52
5	154230.42

12.5. TIR y VAN

Una vez realizado el Flujo de Caja, mismo que contiene el consolidado de todos los datos que se han estimado en este estudio, se procede a obtener la rentabilidad que arroja el mismo.

Los valores obtenidos nos muestra que la TIR es igual a 51.36%, un valor muy superior al de la TMAR 18.21% y el VAN es mayor a cero.

VAN	81485.49
TIR	43.59%
TMAR	18.21%

Como conclusión tenemos que el proyecto a realizar es rentable, y se debería continuar con el mismo puesto que la tasa de rentabilidad muestra grandes beneficios en los 5 años de planeación.

13. Conclusiones

Al concluir el procedimiento del análisis financiero y determinar la rentabilidad de nuestro proyecto de inversión en la implementación de un restaurante de mariscos en la ciudad de Guayaquil, podemos decir que existe un gran mercado potencial, ya que a través de la investigación de mercado observamos las preferencias que tienen las personas por los mariscos.

Muchos consumidores siempre tienen el interés por probar algo nuevo y diferente. Por lo cual, aprovechando esta oportunidad, marcamos una diferencia con respecto a nuestros competidores ofreciendo productos de calidad y platos innovadores. Existen muchos restaurantes de mariscos en la ciudad, pero estamos dispuestos a competir y convertirnos en la primera elección en nuestro segmento de mercado. El negocio de la comida es muy rentable siempre y cuando seamos constantes en el buen servicio y calidad de la comida.

Como analizamos en el flujo de caja, la rentabilidad que proyecta el negocio con el cálculo de la TIR es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas, TMAR o Tasa de descuento. El VAN también es mayor a 0; por lo tanto el proyecto es factible financieramente..

14. Recomendaciones

Se han determinado recomendaciones para lograr el éxito del proyecto. Estas deberán ser tomadas en cuenta durante toda la implementación, retroalimentación y evaluación.

Consideraremos siempre las opiniones de los clientes para poder mejorar en todos los aspectos como lugar, menú, atención y calidad de los productos. Por lo cual estaremos innovando constantemente para así ganar la atención de las personas; por ejemplo cada semana se realizará un nuevo plato y cada cierto periodo se cambiará el menú de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.

15. Agradecimientos

Primeramente agradecemos a Dios, por habernos dado salud, vida, fortaleza y perseverancia para la culminación exitosa de este proyecto, a nuestros padres, hermanos, demás familiares y amigos que de alguna u otra forma estuvieron involucradas en la realización de este proyecto.

Queremos agradecer de manera muy especial a nuestra directora de Tesis, Ing. Oscar Mendoza, que a lo largo de la realización de este proyecto, nos supo orientar compartiendo con nosotros sus conocimientos y experiencias para culminar con éxito la realización del mismo.

16. Referencias

Fuentes Primarias:

- [1] Entrevistas a gerentes de restaurantes de mariscos en la ciudad de Guayaquil.

Fuentes Secundarias

- [2] Fuente: www.google.com, restaurantes de mariscos.
- [3] Fuente: BCE, Crecimiento económico con el que Ecuador cerró el 2010
- [4] www.inec.gov.ec
- [5] Yahoo Finance www.yahoofinance.com/finance
Portfolio Personal
www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes