

A close-up photograph of silverware (a fork, a knife, and a spoon) resting on a white napkin. The background is a blurred image of a white plate and silverware.

Implementación de un restaurante temático en la ciudad de Machala

Elaborador por:

- Jessica Arias
- Katherine Loor
- Diana Paguay



INTRODUCCIÓN

- Nuestro proyecto es la creación de un restaurante temático basado en las cuatro estaciones del año, llamado “Four Seasons”, el cual se basa en satisfacer las necesidades de las personas residentes en la ciudad de Machala.

PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

Problema

- Se ha considerado como problema principal la falta de lugares para degustar una variedad de comidas con diferentes climas en un solo sitio. Ecuador es un país que posee una gastronomía rica y variada, pero poseedora de solo dos estaciones, invierno y verano.

Oportunidades

- La escasa oferta de restaurantes temáticos en el país y mucho más en la ciudad de Machala que al momento carece de establecimientos que brinden servicios de comida internacional y nacional.
- Esta ciudad está en pleno desarrollo por lo cual es una excelente opción para iniciar grandes y nuevos negocios.

CARACTERISTICAS DEL SERVICIO



Considerado
como un
ambiente
frío, un
tanto gris.



Considerado
un ambiente
cálido



Catalogado
como un
clima seco



Considerada
como una
época
romántica

Vista aérea



Invierno



Verano



Restaurante Temático

Otoño



Primavera



OBJETIVOS

Ser reconocidos a nivel nacional e internacional

Ofrecer al consumidor una experiencia diferente

Crear fidelidad en el consumidor

Elaborar investigaciones de mercado

Realizar un estudio financiero

Dar a conocer la infraestructura y el diseño interior

ESTUDIO ORGANIZACIONAL



MISION

Ofrecer diferentes ambientes basado en las cuatro estaciones climáticas en un solo lugar, con una infraestructura y menús de acorde al tipo de estación, cumpliendo las exigencias de decorado, limpieza y preparación de alimentos para satisfacer los paladares de nuestros clientes de tal manera que se sientan identificados y vivan una experiencia inolvidable de calidad por medio de la utilización de ingredientes y materiales que no perjudiquen al cliente ni al medio ambiente concientizándonos con el medio que nos rodea para así ayudar al desarrollo social de la ciudad y del país.

VISION

Desarrollar el turismo de nuestro país a nivel nacional, mediante la expansión de una cadena de restaurantes en diferentes provincias del Ecuador, con certificación de calidad, mejorando día a día los establecimientos con el objetivo de brindarle comodidad, fomentando la cultura al consumidor y que nuestro establecimiento sea el más solicitado por el público.



SLOGAN

Lugar único, sensación única

VALORES

Calidad en el
servicio

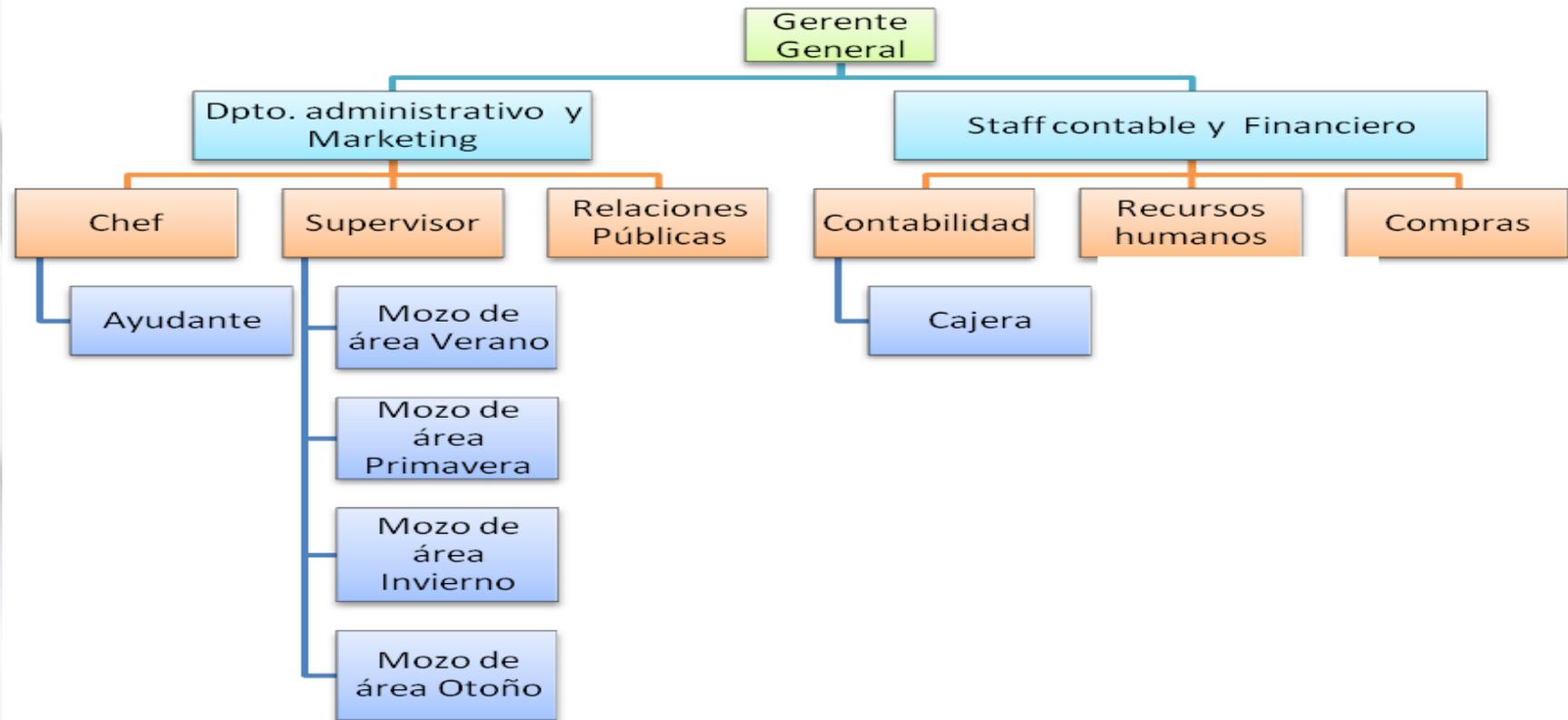
Ética y
responsabilidad
social

Innovación

Visión Global

Compromiso

ORGANIGRAMA



FODA DEL PROYECTO



- Buena relación precio – cantidad
- Buena proyección laboral
- Diferenciación en el mercado
- Disponibilidad de tecnología

Fortalezas

Oportunidades

- Consumidores novedosos
- Oportunidad de entrar en el mercado

- Ser un restaurante nuevo
- Dependerá de la venta de sus platos

Debilidades

Amenazas

- Resistencia de los clientes
- Competidores
- Requisitos legales



INVESTIGACIÓN DE MERCADO



OBJETIVOS

Objetivos Específicos

OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de aceptación

de un restaurante temático en la ciudad

Determinar el rango de edad (clientes potenciales)

Determinar los precios de aceptación

Conocer el menú de preferencia de los encuestados,

precios de aceptación del público,

Determinar qué servicios adicionales

PLAN DE MUESTREO

Población Objetivo

- Nuestra población objetivo son las personas residentes en la ciudad de Machala en la zona urbana, mayores de 20 años económicamente activos

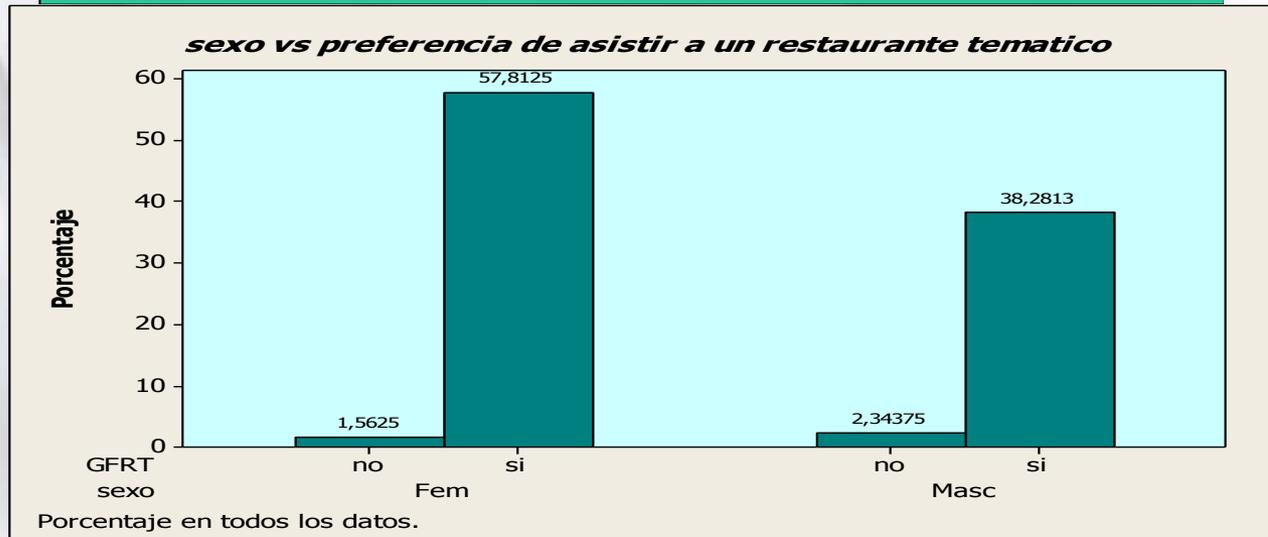
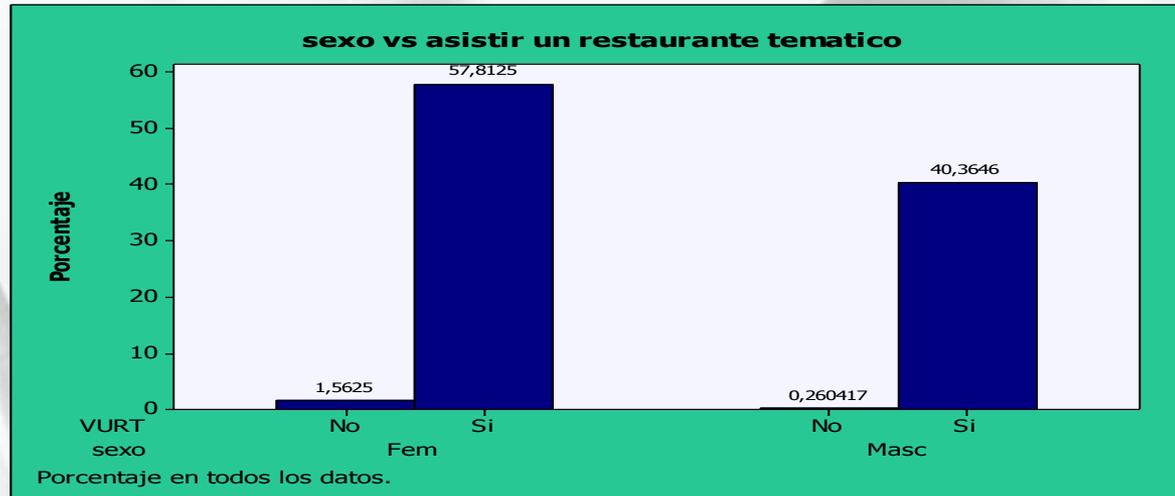
Definición de la muestra

- n = Tamaño de la muestra
- $z = 1.96$ (con nivel de confianza al 95%)
- $p = 0.5$ es la probabilidad de que el evento ocurra.
- $(1-0.5) = 0.5$ es el error permitido.
- $e = 0.05$

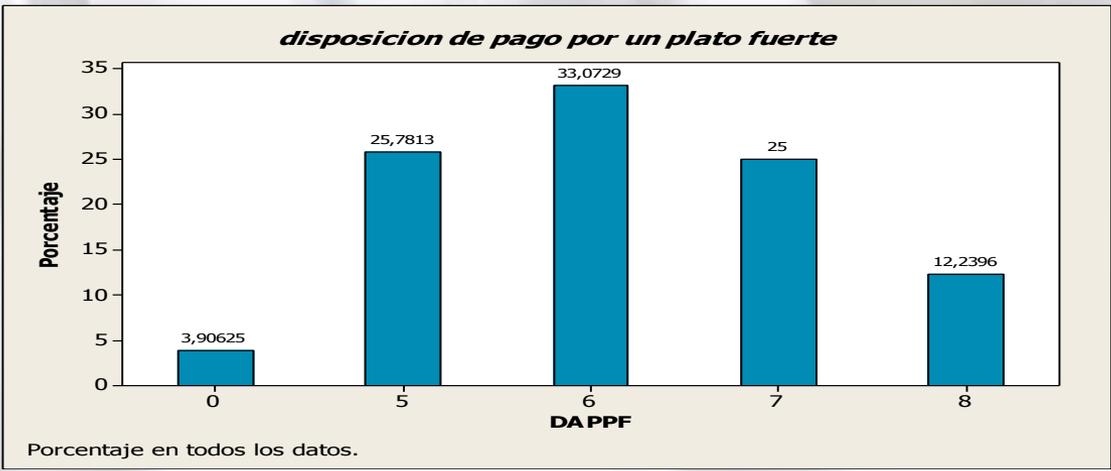
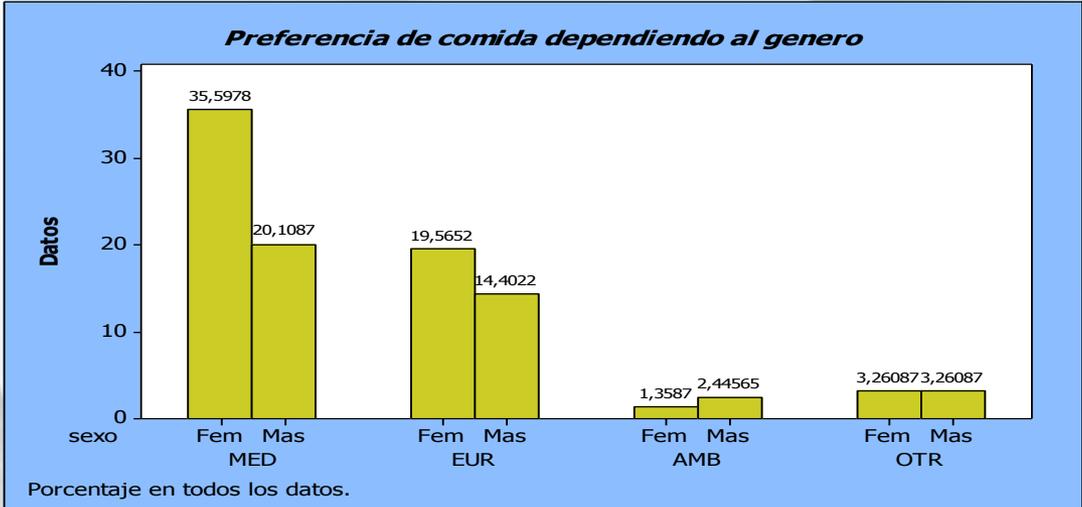
$$n = \frac{z^2 (p \times q)}{e^2}$$

$$n \approx 384$$

PRESENTACION E INTERPRETACION DE RESULTADOS



PRESENTACION E INTERPRETACION DE RESULTADOS



PLAN DE MARKETING



OBJETIVOS

Financieros

Crecimiento del
10% de los
ingresos.

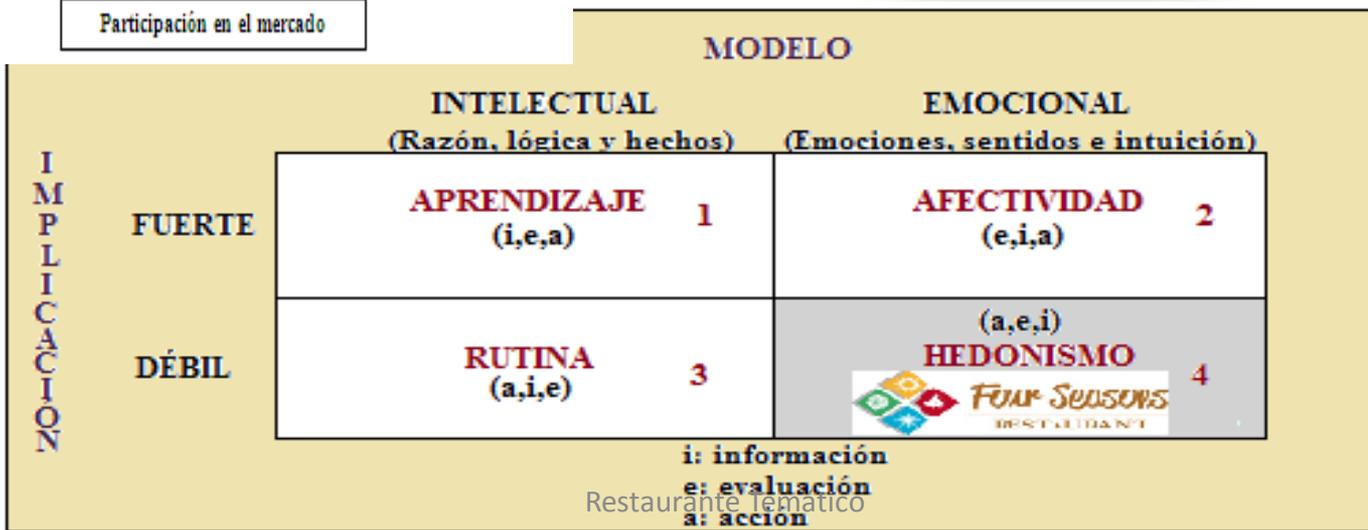
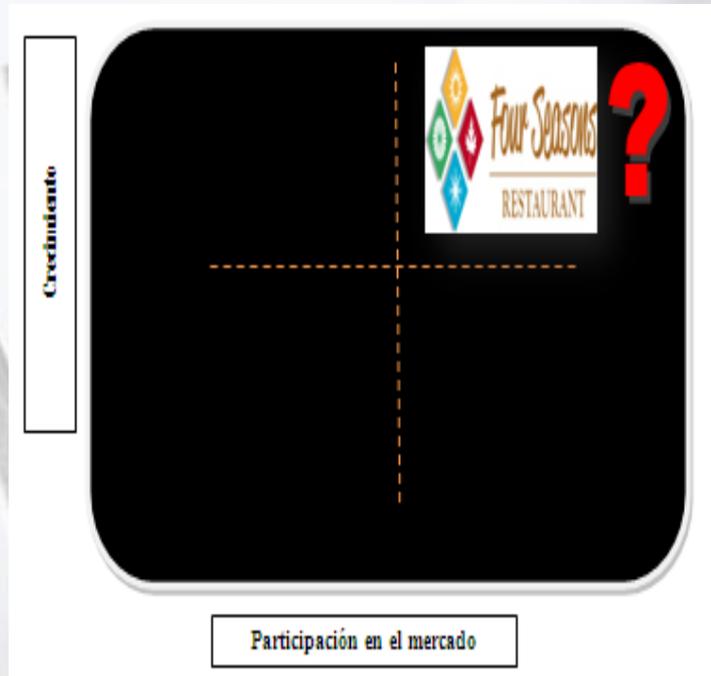
Satisfacer los
gastos

Marketing

Logra una
participación de
mercado del
10%

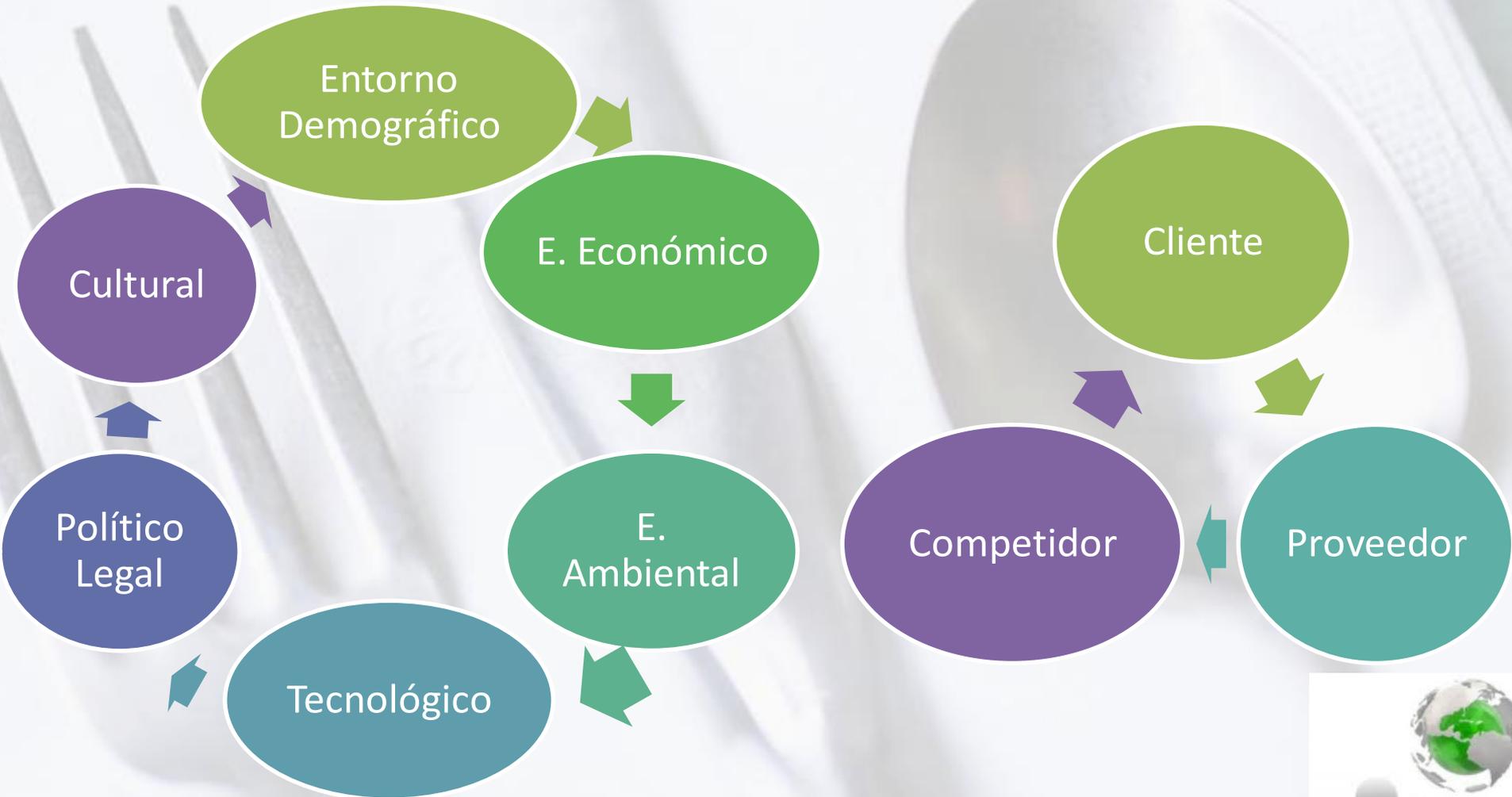
Posicionarnos
en la mente de
los
consumidores

ANALISIS ESTRATEGICO

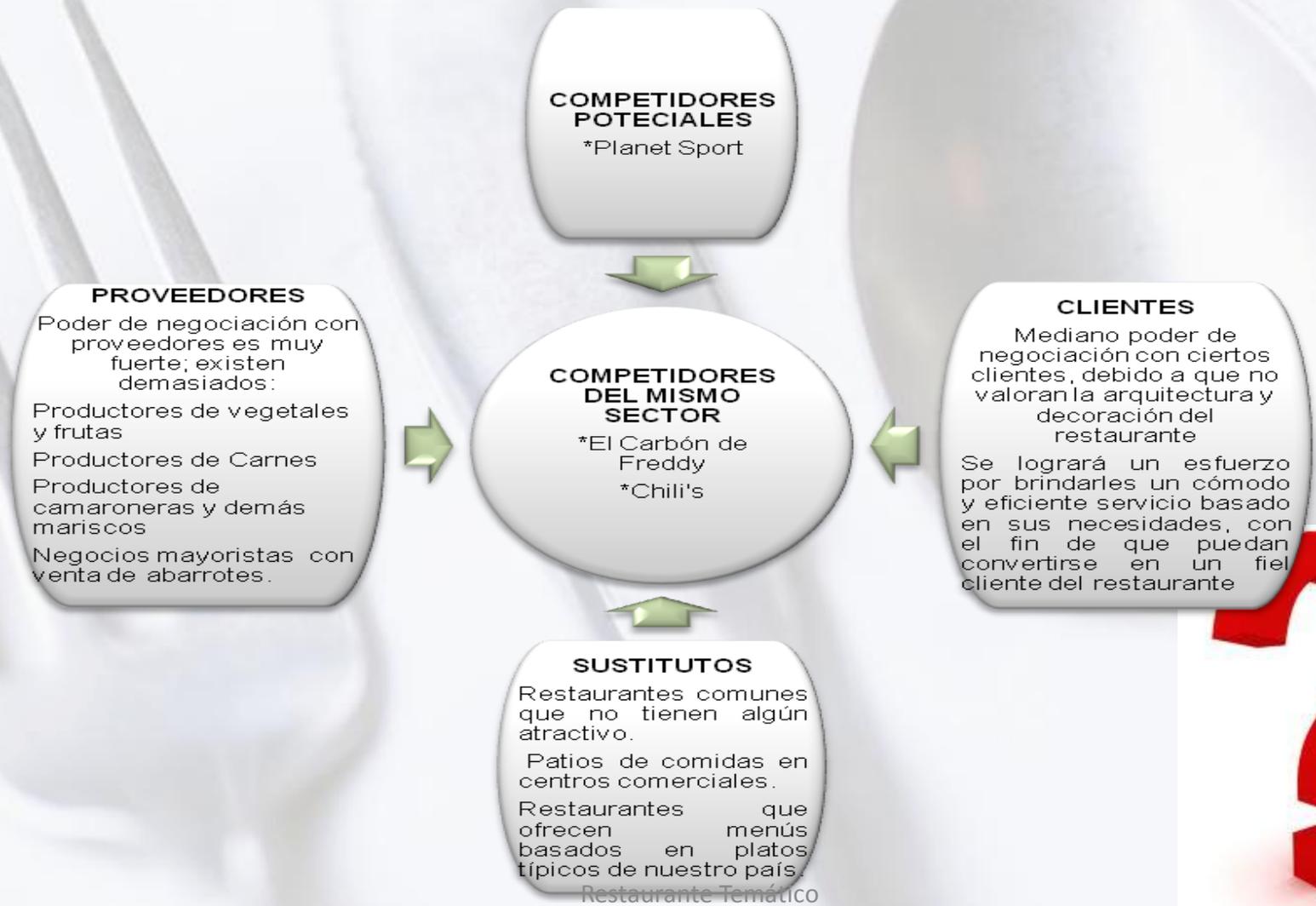


MERCADO META

MACROSEGMENTACION - MICROSEGMENTACION



ANALISIS DE LA FUERZA DE PORTER



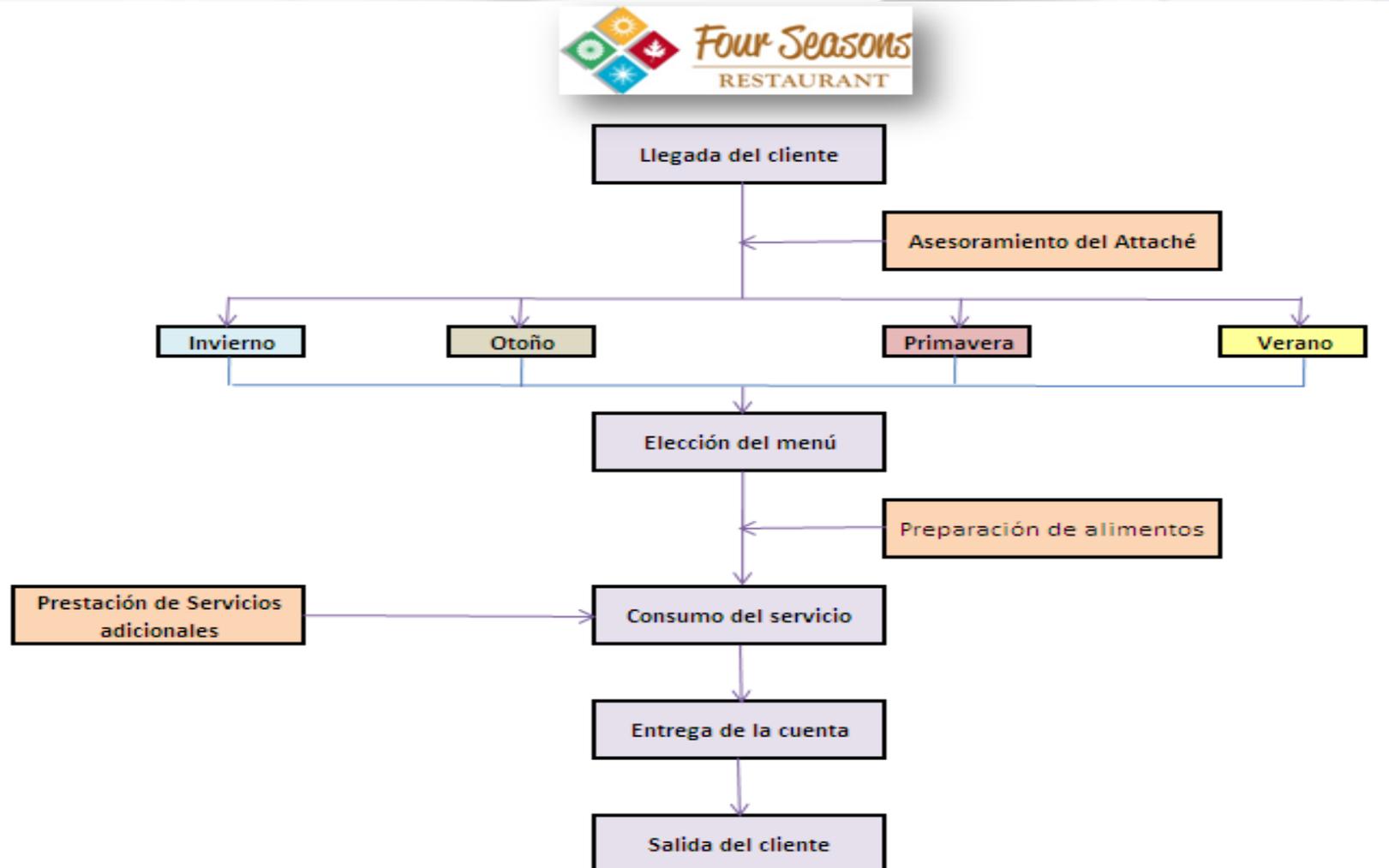
MARKETING MIX



ESTUDIO TÉCNICO



FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO



ESTUDIO LOCALIZACIÓN

Factor	Peso	Zona 1		Zona 2		Zona 3	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Posibilidad de desprenderse de los desechos	25%	10	2,5	10	2,5	10	2,5
Disponibilidad y Costo de terreno	25%	9	2,25	7	1,75	5	1,25
Disponibilidad de agua, energía y otros suministros	15%	10	1,5	10	1,5	10	1,5
Ubicación del mercado	20%	9	1,8	9	1,8	8	1,6
Disponibilidad de Parqueo	15%	10	1,5	8	1,2	7	1,05
Totales	100%		9,55		8,75		7,9



ESTUDIO FINANCIERO



OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

Viabilidad del proyecto

- Capital de trabajo requerido
- Inversión en activos fijos
- Monto de ingresos proyectados
- Tasa Interna de Retorno (TIR)



INVERSIONES DE “FOUR SEASONS”

Inversiones

ACTIVOS FIJOS

- Utensilios e implementos
- Equipos de oficina
- Mobiliarios
- Maquinarias y equipos
- Vehículos



ACTIVOS INTANGIBLES

- No son necesarios
- Gastos de constitución NIC 28

CAPITAL DE TRABAJO

- Método Económico
- Máximo negativo
- **\$15.243,05**



CAPITAL DE TRABAJO

[Capital de trabajo](#)

FINANCIAMIENTO

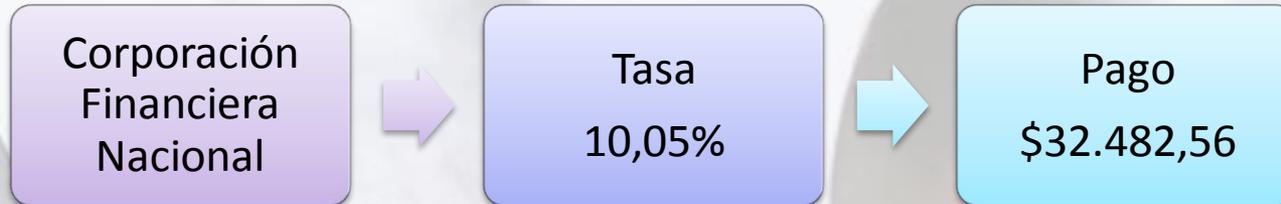


TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL

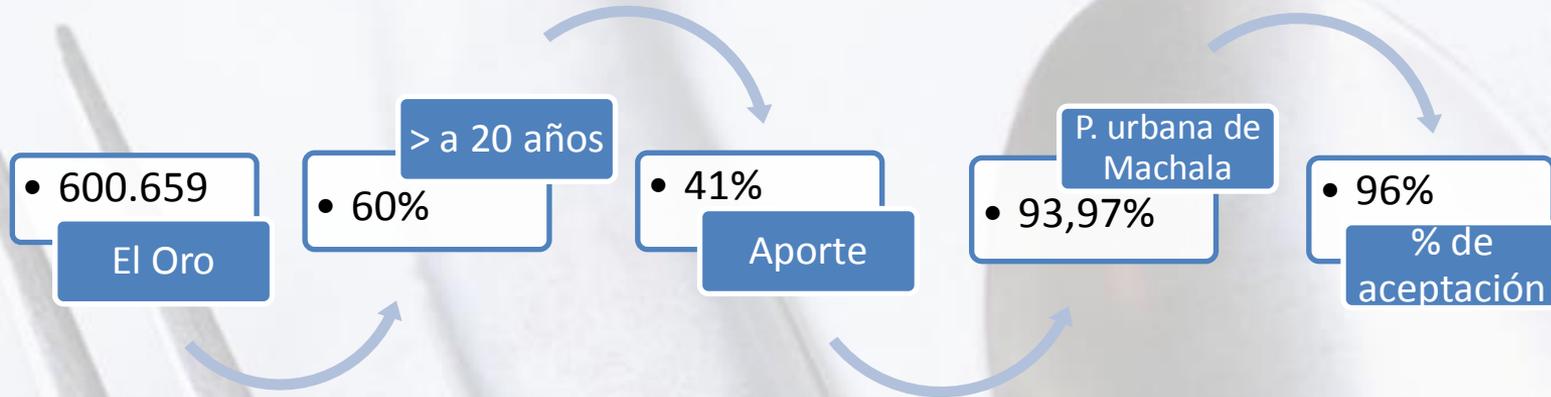
PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$ 32.482,56
1	8.579,76	3.264,50	5.315,27	27.167,29
2	8.579,76	2.730,31	5.849,45	21.317,84
3	8.579,76	2.142,44	6.437,32	14.880,52
4	8.579,76	1.495,49	7.084,27	7.796,24
5	8.579,76	783,52	7.796,24	0,00



ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL



DEMANDA POTENCIAL

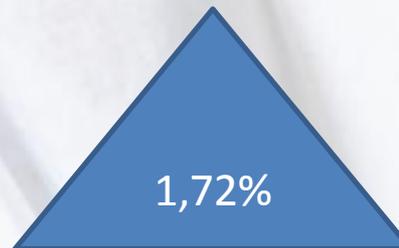
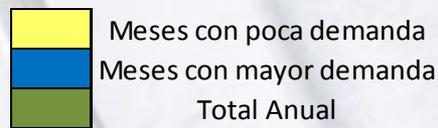


POBLACION MAYORES A 20 AÑOS DE LA PROVINCIA	361236
PORCENTAJE DE LA POBLACION DE MACHALA MAYOR A 20 AÑOS	147928
POBLACION MAYORES A 20 AÑOS DE ZONAS URBANAS DE MACHALA	139008
MACHALEÑOS DISPUESTOS A VISITAR NUESTRO RESTAURANTE	133447
PARTICIPACION DE MERCADO	10%
DEMANDA ANUAL	13345

DEMANDA

DEMANDA PARA EL PRIMER AÑO

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
CANTIDAD	105	1334	1095	1095	1095	1334	1334	1095	1334	1095	1095	1334	13345



DEMANDA PARA 5 AÑOS

AÑOS	1	2	3	4	5
CANTIDAD	13345	13574	13808	14045	14287

INGRESOS

P.V.P
\$17,50

Ingresos Proyectados para los 5 años

	1	2	3	4	5
Precio	17,5				
CANTIDAD	13345	13574	13808	14045	14287
Ventas	\$ 233.532,65	\$ 237.549,41	\$ 241.635,26	\$ 245.791,39	\$ 250.019,00

COSTOS VARIABLES

COSTO
\$5,25

Costos de Venta Proyectados para los 5 años

	1	2	3	4	5
Precio	\$ 5,25				
CANTIDAD	13345	13574	13808	14045	14287
Costo de Venta	\$ 70.059,79	\$ 71.264,82	\$ 72.490,58	\$ 73.737,42	\$ 75.005,70

GASTOS FIJOS

Gastos fijos	1	2	3	4	5
SUELDOS	\$ 82.293,59	\$ 83.116,53	\$ 83.947,69	\$ 84.787,17	\$ 85.635,04
ENERGIA ELECTRICA	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
AGUA	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
ARRENDAMIENTO	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00
GASTOS DE CONSTITUCION	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
MANTENIMIENTO	7.200,00	7.200,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
SERVICIO DE SEGURIDAD	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
PUBLICIDAD	24.858,00	24.858,00	12.429,00	12.429,00	12.429,00
GASTOS DE INSTALACION	10.000,00				
DEPRECIACIÓN	10.121,43	10.121,43	10.121,43	10.121,43	10.121,43
Total Gastos Fijos	\$ 166.673,02	\$ 157.495,96	\$ 143.698,12	\$ 144.537,60	\$ 145.385,47

✓ S

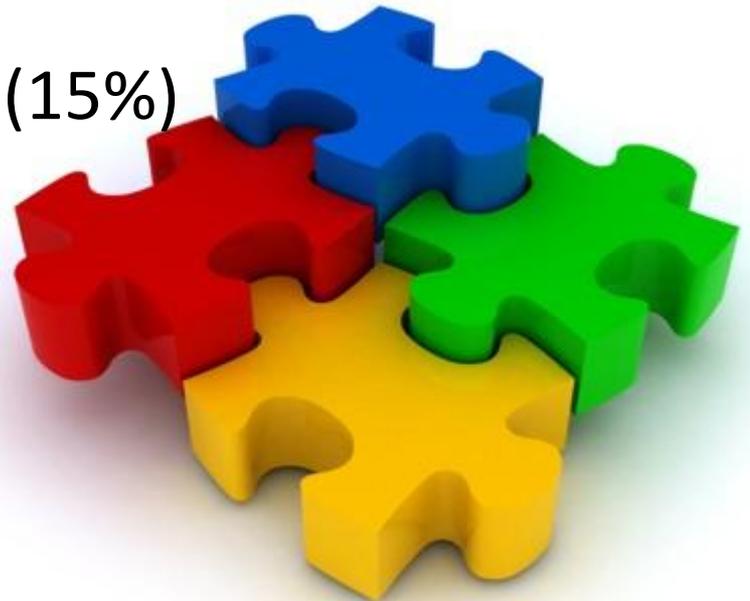
✓ P

✓ D

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL

- ✓ Viabilidad de un proyecto
- ✓ Estructura
 - ✓ Ingresos y egresos
 - ✓ Gastos financieros
 - ✓ Partición de trabajadores (15%)
 - ✓ Impuesto a la renta (22%)

[Estado de resultado integral](#)



FLUJO DE CAJA

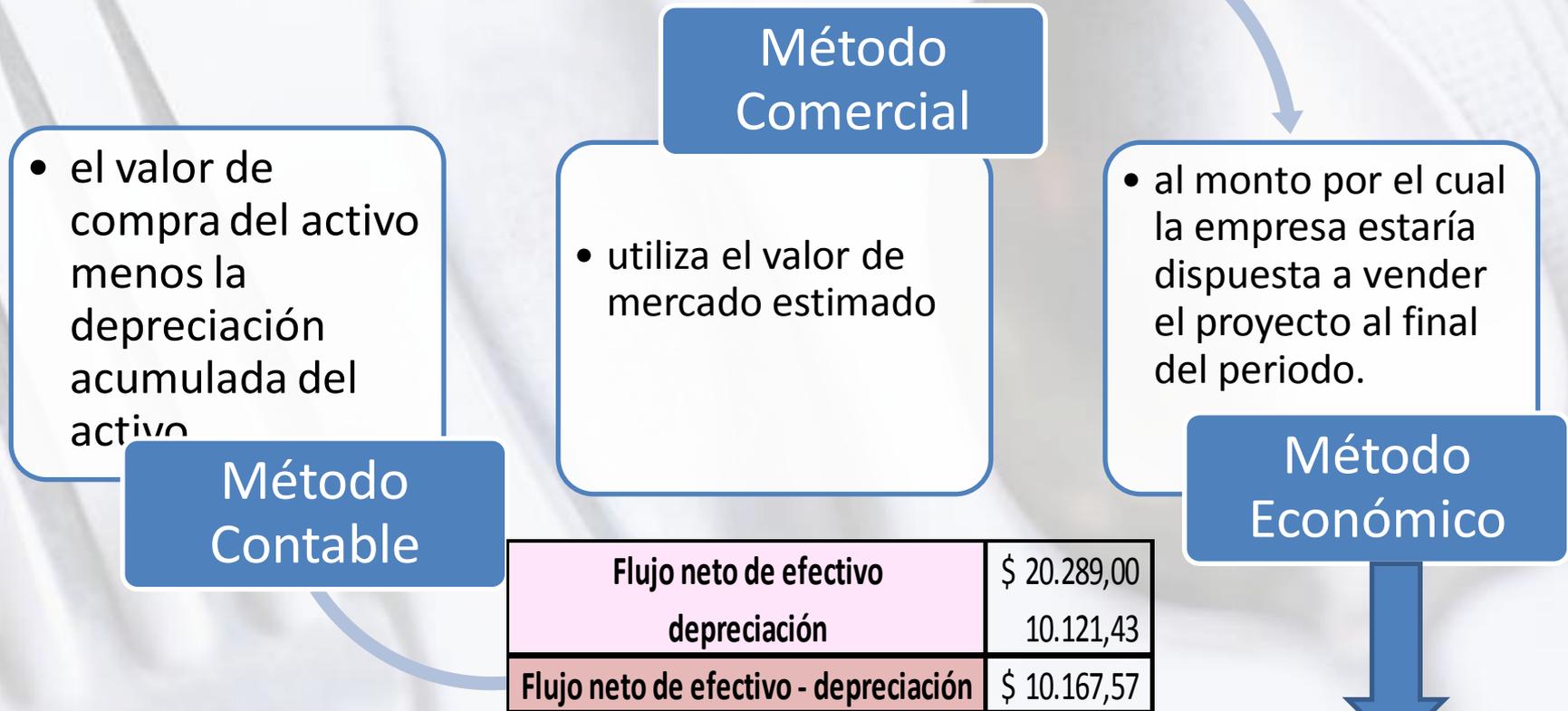
- Ingresos y egresos afectos a impuestos
- Gastos no desembolsables
- Impuesto a la renta
- Ajustes por gastos no desembolsables
- Egresos no efectos a impuestos
- Beneficios no afectos a impuestos



Flujo
de caja

- Del proyecto
- Del inversionista

VALOR DE DESECHO



Valor de Desecho de
"Four Seasons"

$$VD = \frac{\$10.167,57}{12,29\%} = \$82.742,92$$

TASA DE DESCUENTO (ke)

Datos	
Riesgo país	8,08%
Rf	0,80%
Rm	6,86%
Beta desapalancado	0,37

$$\text{CAPM} = R_f + \beta (R_m - R_f) + \text{Prima Riesgo País}$$

$$\text{CAPM} = \text{TMAR} = K_e = 0,80\% + 0,56 (6,06\%) + 8,08\% = 12,29\%$$

Beta



Ecuación de Apalancamiento

$$\beta_l = \beta_u \left[1 + \frac{D}{E} * (1 - i) \right]$$

Beta Apalancado de "Four Seasons"

$$\beta_l = 0,37 \left[1 + \frac{\$32.482,56}{48.723,84} * (1 - 0,22) \right]$$

$$\beta_l = 0,56$$



COSTO PONDERADO DEL CAPITAL

Costo del préstamo



$$K_o = K_d \frac{D}{A} + K_e \frac{P}{A}$$

promedio de los costos relativos a cada uno de las fuentes de financiamiento que la empresa utiliza

$$K_o = 10,05\% * 40\% + 12,29\% * 60\%$$



CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO



✓ VALOR ACTUAL NETO (VAN)

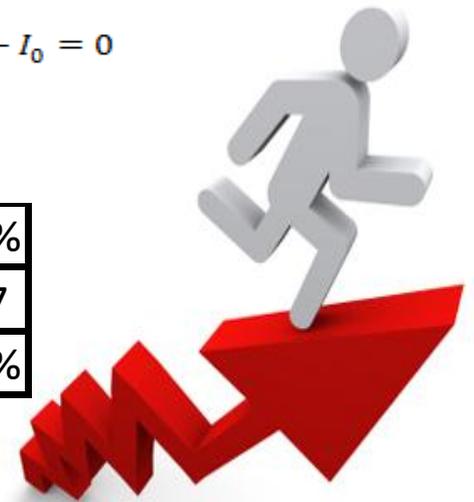
$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto de Efectivo	\$ (48.723,84)	\$ (1.658,50)	\$ 8.288,64	\$ 19.134,74	\$ 20.289,00	\$ 104.191,88
TMAR	12,29%					
VAN	\$ 41.016,87					

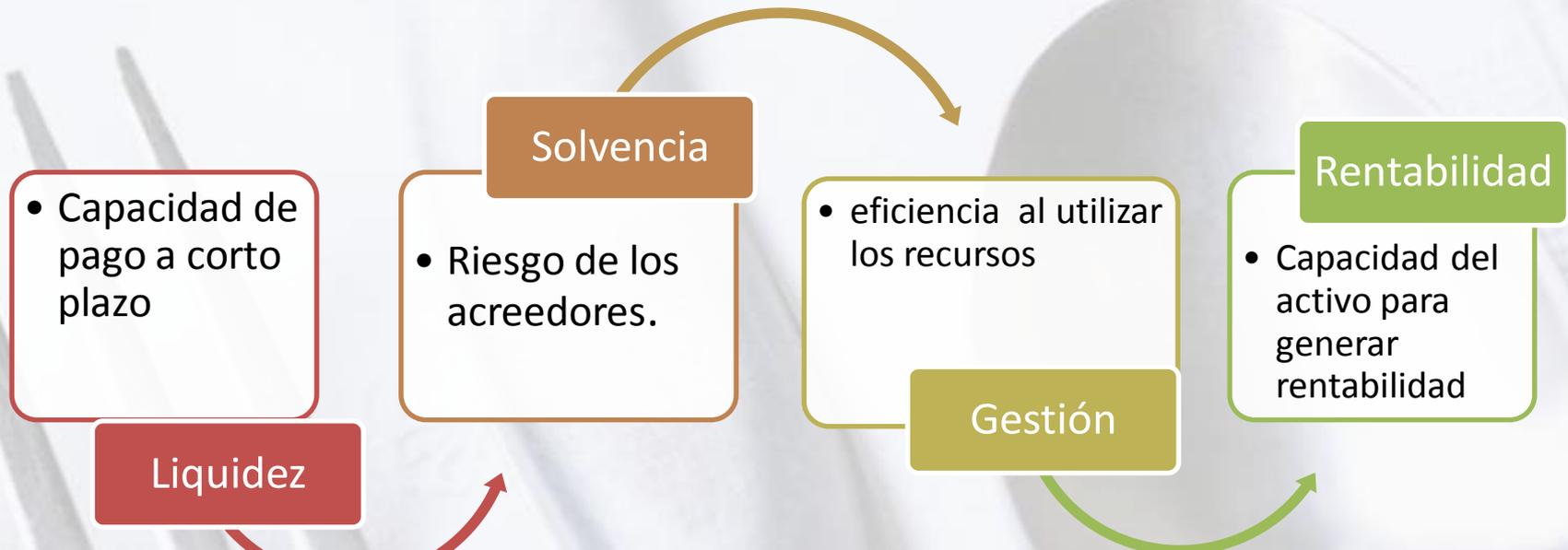
✓ TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

TMAR	12,29%
VAN	\$ 41.016,87
TIR	29%



RATIOS FINANCIEROS



- Capacidad de pago a corto plazo

Liquidez

- Riesgo de los acreedores.

Solvencia

- eficiencia al utilizar los recursos

Gestión

- Capacidad del activo para generar rentabilidad

Rentabilidad

$$\text{prueba ácida} = \frac{\$21.843,05}{32.482,56} = 0,67$$

$$\text{Endeudamiento del Activo} = \frac{\$32.482,56}{81.206,39} = 0,40$$

Industria= 2,17

$$\text{Rotación de ventas} = \frac{\$233.532,65}{81.206,39} = 2,88$$

$$\text{Margen bruto} = \frac{\$233.532,65 - 70.059,79}{233.532,65} = 0,70$$

Industria= 4,13

Industria= 0,59

Industria= 0,40

PUNTO DE EQUILIBRIO

Ingresos
totales

=

Costos
totales



Punto de equilibrio operativo (PEO)

$$PEO(\text{unidades}) = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}} = \frac{CF}{\text{Margen de Contribución}}$$

Punto de equilibrio financiero (PEF)

$$= \frac{\text{Costo Fijo Total} + \text{Intereses}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}} = \frac{CF + I}{\text{Margen de Contribución}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO y FINANCIERO: (PEO y PEF)

PEO

UNIDADES

$$\frac{CF}{\text{Margen de Contribución}} = \frac{166.673,02}{17,50 - 5,25} = 13606 \text{ platos}$$

DÓLARES

$$\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costo de Venta}}{\text{Ventas Totales}}} = \frac{166.673,02}{1 - \frac{70.059,79}{233.532,65}} = \$ 238.104,32$$

UNIDADES

PEF

$$\frac{CF + I}{\text{Margen de Contribución}} = \frac{166.673,02 + 3.264,50}{17,50 - 5,25} = 13872 \text{ platos}$$



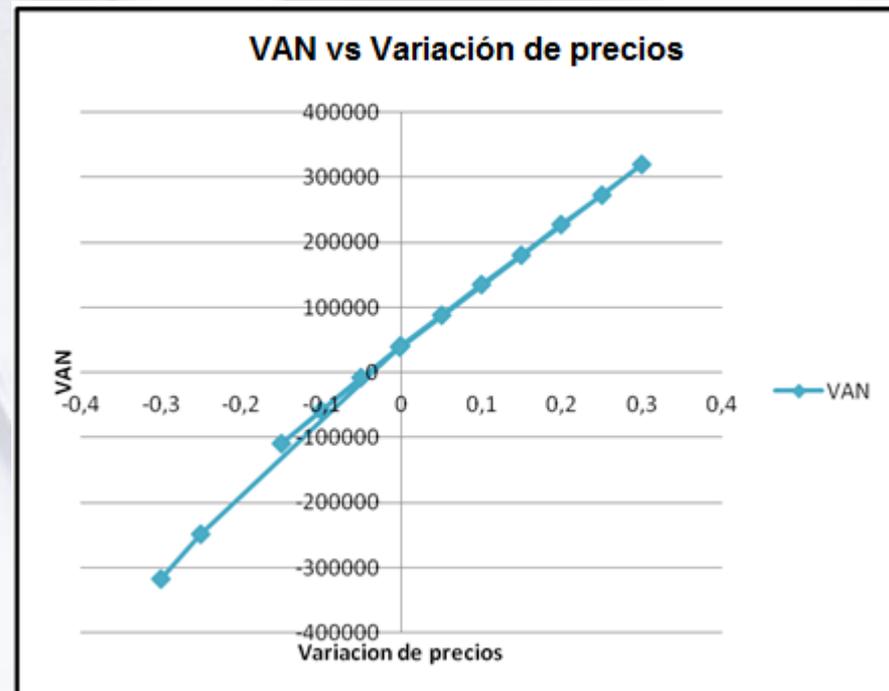
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

MODELO UNIDIMENSIONAL DE SENSIBILIZACIÓN DEL VAN

Se analiza cuanto puede variar el VAN con una variación de -30%, -25%, -20%, -15%, -10%, -5%, 30%, 25%, 20%, 15%, 10%, 5%.

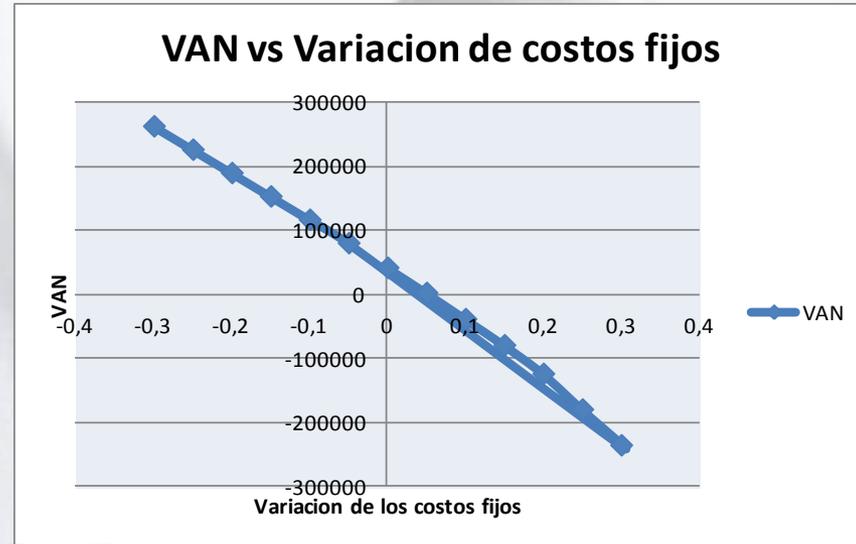
Van vs Variación del precio

% de variación en los precios	VAN
30%	\$ 318.940,25
25%	318940,25
20%	226945,85
15%	180948,65
10%	134951,45
5%	88954,25
0%	39078,86
-5%	-8036,36
-10%	-58708,85
-15%	-109873,47
-25%	-247766,84
-30%	-317144,21

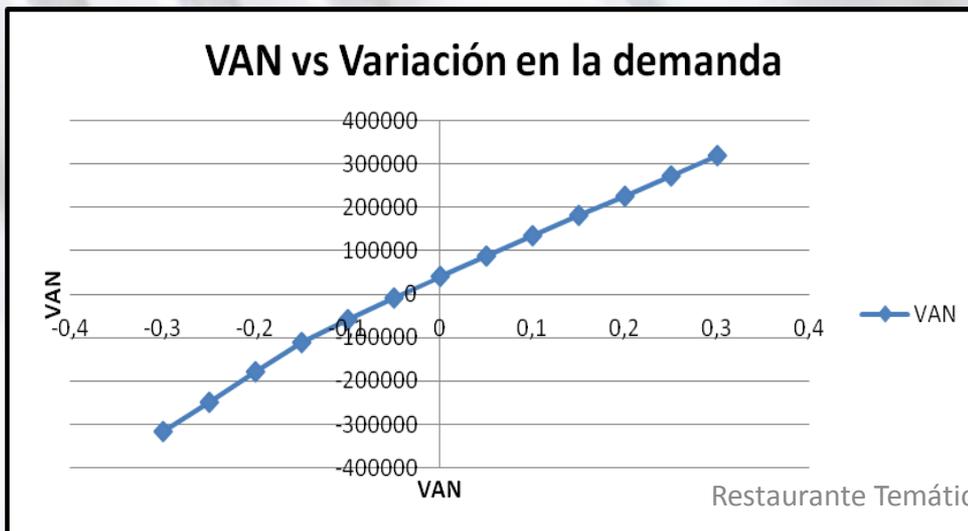


VAN vs VARIACIÓN DEL COSTO FIJO

% de variación en los costos fijos	VAN
30%	\$ (236.544,62)
25%	(180.600,51)
20%	(124.855,95)
15%	(80.149,09)
10%	(39.220,69)
5%	1.707,72
0%	41.016,87
-5%	79.503,23
-10%	116.049,41
-15%	152.595,58
-20%	189.141,76
-25%	225.687,94
-30%	262.234,12



VAN vs CANTIDAD DEMANDADA



% de variación de la cantidad demandada	VAN
30%	\$ 318.940,25
25%	272.943,05
20%	226.945,85
15%	180.948,65
10%	134.951,45
5%	88.954,25
0%	41.016,87
-5%	(8.036,36)
-10%	(58.708,85)
-15%	(109.873,47)
-20%	(178.389,46)
-25%	(247.766,84)
-30%	(317.144,21)

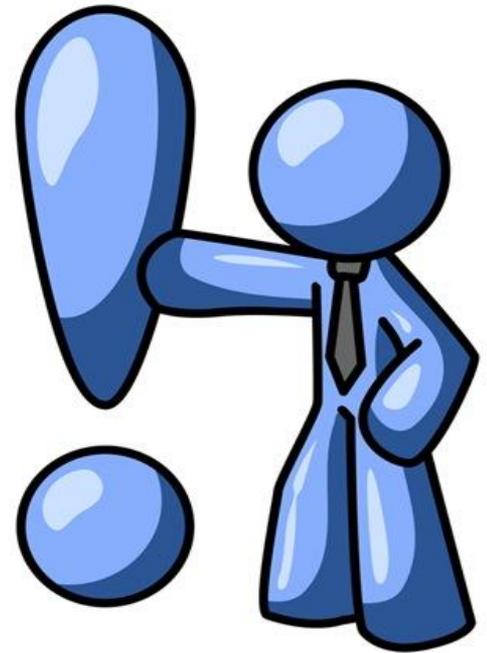
CONCLUSIONES

existe un gran porcentaje de personas que estarían dispuestas a visitar el restaurante.

Atención y sabor influyen en la decisión de compra

TIR mayor a la rentabilidad exigida

Ganancias a partir del segundo año



RECOMENDACIONES



Realizar actividades y adecuaciones

Mejorar la atención al cliente

Fidelizar a los clientes



Capacitar al personal y cuidar su imagen

Eficiencia y eficacia en el desempeño del servicio



Menú actualizado y variado

Evitar caer en la rutina



GRACIAS
POR SU
ATENCIÓN!