

Proyecto de Diseño e Implementación de un Pub Irlandés “Le Gaire Pub” adaptado al mercado ecuatoriano en la ciudad de Guayaquil

Yosuny Katherine Echeverría Lolín
Rossana Nathaly Gastezzi Ruiz
Sonnia Elizabeth Guevara Herán
Ing. Patricia Valdiviezo
Facultad de Economía y Negocios, FEN
Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
yoskaech@espol.edu.ec
rgastezz@espol.edu.ec
seguevar@espol.edu.ec

Resumen

El proyecto que a continuación se muestra consta de un plan de negocios para la creación de un Pub Irlandés en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Se puede observar una parte teórica en los primeros capítulos y toda la descripción del negocio posteriormente.

El Capítulo I se refiere al proyecto de tesis: describe la problemática, la reseña histórica tanto mundial, regional como local, además define los objetivos generales y específicos, hace la justificación, menciona los alcances y las limitaciones.

El Capítulo II presenta el marco teórico, la misión y visión del proyecto, se revisa la documentación relacionada con la investigación que fundamenta el proyecto con datos sobre el área de estudio. Se analiza el modelo de planeación que es la base del estudio. Se implementa la investigación de mercado con su respectivo análisis de resultados, se analiza el estudio técnico sin cuantificar el proyecto, el análisis del mercado, el diseño de la estructura organizacional, la definición de servicio, Además, presenta la propuesta de infraestructura y la organización espacial del Pub, de acuerdo al estilo de un típico Pub Irlandés.

El Capítulo III Se analiza la valoración de los riesgos, el desarrollo de las proyecciones financieras y la evaluación financiera de la inversión. Se presentan todas las inversiones necesarias para el proyecto, explica los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las personas que conforman el mercado meta, analizar los ingresos y costos así como el capital de trabajo. Además se presenta el estado de resultados y el flujo neto de efectivo donde sabremos si el proyecto es rentable o no. Finalmente se presenta el análisis de sensibilidad univariable.

Palabras Claves: Pub Irlandés, bar, restaurant, Guayaquil

Abstract

The project is shown below consists of a business plan for the creation of an Irish Pub in the city of Guayaquil, Ecuador. You can see a theoretical part in the opening chapters and throughout the description of the business later.

Chapter I deal with the thesis project: describe the problem, the historical account both global, regional and local levels, also defines the general objectives and specific justification ago, mentions the scope and limitations.

Chapter II presents the theoretical framework, mission and vision of the project, reviewed the documentation related to the research underlying the project with data on the study area. Discusses the planning model is the basis of the study. It implements market research with its own analysis of results, the technical study is analyzed without quantifying the project, market analysis, the design of the organizational structure, service definition, also presents the proposed infrastructure and organization Pub space, according to the style of a typical Irish Pub.

Chapter III discusses the risk assessment, developing financial projections and financial evaluation of investment. They have all the necessary investments for the project, explains the results of surveys of people who make up the target market, analyze revenues and costs and working capital. It also presents the income statement and net cash flow where we know if the project is profitable or not. Finally, sensitivity analysis shows the univariable.

Keywords: Irish Pub, bar, restaurant, Guayaquil.

1.1 Introducción

En la ciudad de Guayaquil existen centros de entretenimiento enfocados en una actividad específica, como lo son patios de comidas, bares, discotecas, bolos, billares, karaokes, etc., y las personas al momento de elegir un ambiente que combine diferentes actividades en un solo lugar, no lo encuentran, creando indecisión a la hora escoger el sitio.

Hay que destacar que los guayaquileños presentan una vida activa, son más noveleros, es así que al observar que las personas día a día buscan algo distinto, donde pasar buenos momentos, después de una agitada rutina que compromete el trabajo, la familia, los estudios, se presenta esta nueva alternativa de entretenimiento, proyecto que se basa en un concepto tradicional irlandés, pero con adaptación al mercado ecuatoriano, siendo el diseño de un Pub Irlandés, servicio que consiste en la venta de alimentos y bebidas en un contexto de entretenimiento.

El Pub Irlandés ofrece diferentes formas de entretenimiento, haciéndolo más atractivo para los consumidores. Una persona puede realizar diferentes actividades en el Pub Irlandés como: comer, beber, jugar juegos de mesa, ver eventos deportivos, etc. en un ambiente acogedor, con interiores de madera, ásperos de labranza, utensilios antiguos de cocina, láminas enmarcadas con motivos irlandeses e incluso adornos de aspecto viejo y desgastado. De esta manera se busca ser la primera opción del mercado meta cuando sus integrantes decidan asistir a un lugar de entretenimiento.

Lo que se busca lograr con este proyecto es ofrecer más variedad para el cliente, que se sienta satisfecho con el servicio, el ambiente, la atención y la buena compañía que se puede encontrar en LE GAIRE Pub.

1.2 Reseña Histórica

Mundial

Lo que actualmente conocemos como pubs irlandeses tienen su origen en las public houses irlandesas, que se remonta a la Edad Media en Gran Bretaña, donde los viajeros y trabajadores de clase obrera se reunían para echar un trago y descansar en un lugar donde beber y charlar con los amigos tras las labores cotidianas.

Eran lugares sencillos con chimenea, muebles de madera natural y paredes de piedra. En la actualidad,

aún conservan esa atmósfera cálida y constituyen un eje importante en la vida social de los pueblos británicos.

Muchos turistas pasan por los pubs para disfrutar de un ambiente agradable para disfrutar de su viaje, porque es uno de los lugares más típicos a los que se puede ir.

1.2.1 Regional

Los Pubs tienen buena acogida en la región, ya que han ingresado en países como México, Colombia, Chile y Argentina donde existe una gran afluencia de personas por el ambiente de convivencia, los locales acogedores, el personal capacitado para dar una excelente atención todas estas cualidades hacen que los Pubs sean un negocio rentable que puede implantarse en Ecuador específicamente en la ciudad de Guayaquil.

1.2.2 Local

En la actualidad el sector de entretenimiento ha crecido mucho, se puede ver lugares como Bolocentro, discotecas, bares, y centros de juegos como River Park entre otros, los cuales han tenido una gran aceptación y demanda por parte de la población recurrente.

Estos negocios ofrecen una determinada actividad de allí el presente proyecto trata de innovar el concepto de diversión ofreciendo un lugar acogedor donde las personas puedan disfrutar de todas estas actividades a mejor estilo de un "Pub Irlandés", es decir que nuestro proyecto está orientado a marcar la diferencia por presentar una nueva propuesta de negocio enmarcándose en las tendencias de la actualidad.

1.3 Problema y Oportunidades

1.3.1 Problema

El problema primordial de la investigación es analizar la oportunidad de éxito al entrar al mercado de servicios de la ciudad de Guayaquil, con la apertura de un Pub-Irlandés denominado "LE GAIRE Pub". Para ello se analizará los gustos y preferencias del mercado para determinar así el éxito del negocio.

El sector al cual queremos entrar es el de entretenimiento y ocio. Aunque en Guayaquil este sector tiene muchas empresas participantes, cada uno de estos negocios ofrece actividades específicas de su lugar. Por eso nuestro proyecto viene con una idea refrescante de escoger un lugar que contenga todas estas actividades en un mismo lugar.

1.3.2 Oportunidades

Se cree que el sector del entretenimiento seguirá en constante crecimiento.

Estos pubs han tenido bastante acogida principalmente en los países angloparlantes como el Reino Unido, Irlanda, Canadá, Australia y Nueva Zelanda, dirigido a la clase media y alta, motivándonos a la implementación de uno en el Ecuador.

El negocio no tiene competidores directos, lo que nos permitirá ser líder.

El déficit en la atención del cliente por parte de la competencia será aprovechada por nuestro proyecto.

1.4 Características del producto o servicio

El proyecto consiste en ser un establecimiento recreativo donde se sirven bebidas alcohólicas, no alcohólicas, refrigerios bajo las premisas del mercado ecuatoriano, distintas actividades y juegos abiertos a todo el que quiera participar como: dominó, ajedrez, billar, dardos, fútbolín, karaoke, con un carácter privado, imitando el estilo de los originales de Irlanda.

El interior está decorado con muebles rústicos, chimeneas y llenas de retratos históricos muy acordes con la comida casera ecuatoriana que van desde platos sencillos hasta los menús más refinados para que todos disfruten un ambiente como en casa.

1.5 Alcance

Este proyecto está pensado para ser desarrollado inicialmente en la ciudad de Guayaquil.

El propósito de este proyecto es proporcionar el conocimiento necesario para la implementación de un centro de entretenimiento contemporáneo y de acogida internacional.

Se busca estudiar los componentes determinantes del plan de negocio, las operaciones, el mercado, la gente, las oportunidades, la mercadotecnia, la administración y los temas financieros.

A medida que pase el tiempo y podamos determinar si el proyecto se ha desarrollado con éxito en esta ciudad podremos considerar se es oportuno establecernos en otros sectores del Ecuador.

1.6 Objetivo General y Objetivos Específicos

1.6.1 Objetivo General

Evaluar la factibilidad económica y financiera de implementar un plan de negocio para la creación del "LE GAIRE Pub" Irlandés en la ciudad de Guayaquil.

1.6.2 Objetivos Específicos

Analizar riesgos internos y externos

Analizar el mercado guayaquileño en el que se desenvolverá el negocio.

Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Pub Irlandés.

Definir la estructura organizacional, distribución espacial, y el talento humano que se requerirá para la implementación del Pub.

Determinar la inversión inicial que requiere el negocio por medio de los métodos: VAN, TIR, Payback y análisis de sensibilidad (dimensional y multidimensional).

2.1 Estudio Organizacional

2.1.1 Misión

Incorporar diversas actividades recreativas enfocadas en necesidades particulares de cada uno en un concepto tradicional irlandés con productos de alta calidad para satisfacer las preferencias de los clientes al elegir un lugar del cual pueda disfrutar.

2.1.2 Visión

Familiarizar al mercado guayaquileño con el concepto de Pub Irlandés como primera opción en la industria del entretenimiento.

2.1.3 Eslogan

Ser tu opción en cualquier ocasión.

2.1.4 Logo



2.2.2 Beneficios que proporciona el Pub Irlandés

- Se recibe atención personalizada
- El cliente puede relacionarse con otras personas
- Buen servicio
- Ambiente diferente
- Varias actividades en un mismo lugar
- Diversas formas de entretenimiento
- Desarrollar un nuevo concepto en la industria

2.2.3 Atributos a tener en cuenta en el local

- Precio accesible
- Servicio rápido
- Comida de buen sabor
- Variedad en el menú
- Empleados amables
- Local bien situado (dentro del centro comercial)
- Promociones de precios, obsequios, etc.
- Ambiente agradable
- Limpieza del local
- Alimentos saludables
- Buena calidad de comida.

2.2.4 Mercado Meta

El mercado meta al cual está dirigido LE GAIRE PUB se ha segmentado demográfica y psicográficamente. Está conformado por hombres y mujeres entre 14 y 50 años, con un nivel socio-económico medio-alto en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Dirigido a personas sociables, que gusten del entretenimiento, de comer y beber de manera semi-formal, que busquen conceptos diferentes e innovadores.

2.4 Foda del proyecto

Fortalezas

- Concepto novedoso
- Variedad de actividades
- Diferentes formas de entretenimiento
- Conocimiento del mercado meta
- Atención personalizada
- Flexibilidad antes las necesidades del cliente

Oportunidades

- Poca variedad de lugares de entretenimiento familiar
- Mercado meta con alto poder adquisitivo
- Industria turística desarrollada

Debilidades

- Nuevo concepto para el mercado meta
- Búsqueda de implementos irlandeses para la decoración del local

Amenazas

- Preferencia de otro tipo de entretenimiento por parte del mercado meta
- Preferencia del cliente por asistir a un lugar conocido

2.5 Investigación de mercado y su análisis

2.5.1 Selección de la Muestra

Con el propósito del estudio estadístico de extraer conclusiones para ver la demanda de personas que asistirían al Pub y los gustos y preferencias por estos, vamos a seleccionar una muestra aleatoria representativa basándonos en la fórmula para población finita, nos referimos al portal del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) donde se determina que la población actual de ciudad de Guayaquil es de 3'050,728 personas aproximadamente.

Como resultado la encuesta fue efectuada a 357 personas obtenidas como muestra aleatoria a través del método de población finita el cual nos indica que con un espacio poblacional de 3'050,728 personas y un margen de error del 5%, nos da como resultado aplicar las encuestas a 357 personas que respectan el espacio muestral.

2.6 Matriz BCG

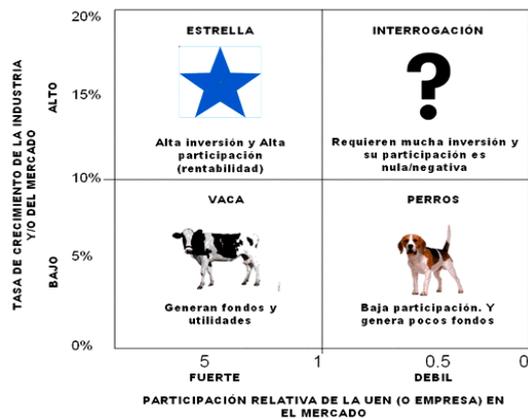


Figura 1. Matriz Boston Consulting Group.

De acuerdo a la matriz BCG estamos situados en el cuadrante denominado “vaca” el cual tiene una participación de mercado alta y un crecimiento de demanda bajo y a su vez una rentabilidad alta y una inversión baja, ya que se busca satisfacer un mercado diferente unificando gustos y preferencias.

2.7 Matriz Implicación



Figura 2. Matriz de Implicación.

La matriz de implicación muestra de manera objetiva, el comportamiento de decisión de los consumidores al momento de elegir un lugar de entretenimiento. El nivel de implicación puede ser entendido como el grado de relevancia o importancia personal.

Relaciona la implicación de compra del consumidor con la motivación de compra predominante entre la razón y la emoción.

2.8 Segmentación del Mercado

2.8.1 Macro-segmentación

- **Funciones:** Brindar un buen servicio y establecernos como un centro de diversión y entretenimiento con un buen ambiente
- **Consumidores:** Personas de clase media a alta que gusten de asistir a un lugar exclusivo y familiar.
- **Innovación:** la combinación de Bar-restaurant con los juegos más divertidos en un solo lugar.

2.8.2 Micro-segmentación

Geográficas	Psicológicas
País: Ecuador Región: Costa Ciudad: Guayaquil Clima: cálido Población Económicamente Activa:	Clase Social: Media-alta Estilo de Vida: Personas Activas Personalidad: Personas que les gusta divertirse.
Demográficas	Conductual
Edad: 14 a 50 años Sexo: Femenino y Masculino Ocupación: Estudiantes y Profesionales	Beneficios: por Status, por bienestar Actitud hacia el producto: positiva

Figura 3. Micro-segmentación.

- **Segmentación Geográfica:** Dentro de Ecuador en la ciudad de Guayaquil se va a llevar a cabo el proyecto, siendo el lugar apropiado para la

realización del mismo, por la acogida de nuevos negocios y en especial la industria del entretenimiento.

- **Segmentación Demográfica:** El servicio del Pub Irlandes Le Gaire se dirige hacia las personas comprendidas entre las edades 14 a 50 años, de ambos sexos, con nivel de educación y que en la actualidad se encuentren laborando.
- **Segmentación Psicografica:** El panorama de los futuros clientes se destaca por ser personas de clase media-alta, activas, que gusten de actividades nuevas e innovadoras.
- **Segmentación Conductual:** Esta segmentación permite el consumidor tener beneficios comoo satatus, bienestar los cuales lo haran tener una actitud positiva y un grado de lealtad hacia el servicio de Le Gaire Pub.

2.9 Fuerzas de Porter

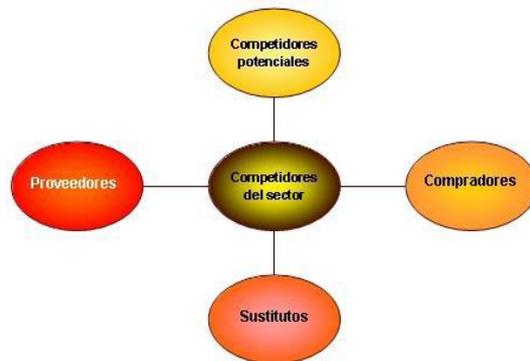


Figura 4. Fuerzas de Porter

2.9.1 Competidores Potenciales:

Nuestro proyecto no consta de competidores directos debido a que es una idea innovadora en Guayaquil. Nuestros principales competidores potenciales solo ofrecen una sola actividad como: Cosmic Bowling y Bolocentro que se especializan en juegos de bolos y billar, Tommy Roma's, Friday's son bar/restaurant al igual que SportPlanet entre otros como los karaokes.

2.9.2 Sustitutos:

Nuestro proyecto tiene una variedad de productos sustitutos como lo son Bolocentro, Cosmic Bowling, PlayZone, Bar/Restaurantes, Karaokes, que ofrecen sus servicios en tiendas alrededor del centros comerciales como San Mariano, Mall del Sol, Riocentro Los Ceibos, entre otros. La estrategia que se busca implementar para combatir los sustitutos será la misma que para los competidores, una estrategia de diferenciación.

2.9.3 Proveedores:

Para poder cumplir con todos los productos que se ofrecen en el local, es necesario contar con proveedores que cumplan con los requisitos de calidad y demanda que el Pub Irlandés requiere, por esto se buscará establecer alianzas estratégicas por parte de nuestros proveedores con el fin de subir el precio de los insumos que compramos.

2.9.4 Clientes:

La fidelidad por parte de algunos clientes de acudir a un local PUB IRLANDES "LE GAIRE" como su preferencia.

2.10 Marketing Mix: 7 p's

Debido a que el enfoque del proyecto es un servicio, se deben analizar siete estrategias del marketing mix, el producto, el precio, la promoción, plaza, prestaciones, evidencia física, procesos, son las características para la elaboración este plan de negocios.

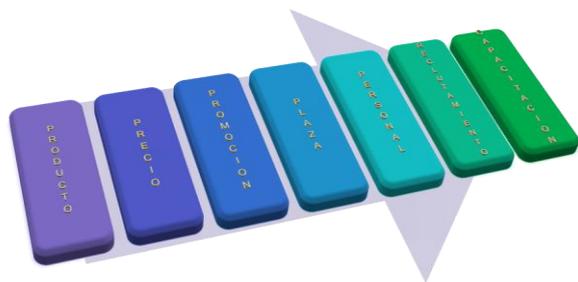


Figura 5. Marketing Mix

2.10.1 Producto

El proyecto plantea un servicio lo cual busca satisfacer la necesidad del Mercado meta otorgándole: calidad, servicio, bienestar, por ello al complementar juegos de mesa, bar/restaurant, transmisión deportiva, para captar la atención del cliente y dar comodidad en un lugar único que le permite disfrutar de todas las actividades y festivales que Le Gaire Pub tiene para sus clientes.

2.10.2 Precio

Para penetrar en el Mercado se planea utilizar un enfoque de precio alto debido a los altos costos de los insumos y para aprovechar la novedad del producto. En nuestro país los precios altos se relacionan con una buena calidad y debido a que nuestro mercado meta es

de clase media-alta y alta, los precios altos no influirán en la asistencia de los consumidores.

2.10.3 Promoción

Los principales clientes de Le Gaire Pub ocupan la posición de usuario final en los canales de distribución del mercado meta. Los elementos que se desean transmitir a estos clientes en el mensaje publicitario son tres:

- Productos de alta calidad
- Calidad en el servicio
- Nuevo Concepto

Los competidores en el mercado meta no realizan una publicidad continua, estos sólo la ejecutan cuando organizan eventos especiales. El único medio que utilizan para dar a conocer dichos eventos es por medio de la radio.

2.10.4 Plaza

La estrategia de Le Gaire para hacer llegar el servicio al cliente es a través de un establecimiento localizado en el Mall del Sol. La competencia a su vez vende también directamente al consumidor, por lo que la estrategia es igual.

2.10.5 Personal

Contaremos con talento humano dinámico, alegre, servicial, que sean prácticos y creativos.

2.10.6 Reclutamiento y Capacitación:

El reclutamiento de todo el personal de Le Gaire estará a cargo del gerente general, que a su vez será elegido por el cuerpo directivo. El gerente generará una lista de candidatos para que el cuerpo directivo de su aprobación.

Después de haber elegido al personal, se realizará una semana de capacitación en las instalaciones de Le Gaire para garantizar el óptimo desempeño del personal. Esa semana de capacitación ayudará a su vez a conocer las inquietudes del personal y crear un buen clima laboral.

2.10.7 Prestaciones

- Vacaciones
- Decimo tercer sueldo
- Decimo cuarto sueldo
- Participación de utilidades
- Sueldo
- Afiliación del IESS
- Bono Especial para El Empleado del Mes.

11. Resultados

11.1 Inversiones del Proyecto

De la inversión total, los accionistas aportaran el 60%, y se financiara el 40% restante mediante un préstamo a cinco años plazo.

Tabla 1. Inversión Inicial

INVERSION INICIAL			
Descripción	Und	Precio Unitario	Precio Total
Administración General:			
Computadora portatil	1	868,00	868,00
Escritorio	1	180,00	180,00
Sumadora portatil	1	20,00	20,00
Telefono/fax	1	250,00	250,00
Silla secretarial	2	80,00	160,00
Sillón ejecutivo	1	250,00	250,00
Librero	1	75,00	75,00
Aire Acondicionado	1	550,00	550,00
Area Recreativa:			
Aire Acondicionado Integral	3	625,00	1.875,00
Caja registradora	1	175,00	175,00
Sumadora portatil	1	20,00	20,00
Televisores 32" LCD	4	532,00	2.128,00
Lampara spot	40	8,50	340,00
Telefono secretarial	1	180,00	180,00
Equipo de sonido	1	750,00	750,00
Karaoke	1	90,00	90,00
Hockey de mesa	2	6.125,00	12.250,00
Mesa Billar	1	500,00	500,00
Mesa Profesional futbolito	1	445,00	445,00
Silla secretarial	1	80,00	80,00
Mesas cuadradas p/4 personas	10	2.650,00	26.500,00
Mesas redondas p/5personas	10	2.750,00	27.500,00
Mesa rectangular p/6personas	5	2.800,00	14.000,00
Sillas de madera	90	130,00	11.700,00
Sillón p/3personas	10	490,84	4.908,39
Bancas periqueras	10	80,00	800,00
Barra de madera (15mts. De diametro)	1	3.500,00	3.500,00
Cocina:			
Estufa industrial con horno	1	2.720,00	2.720,00
Congelador horizontal 25"	1	1.350,00	1.350,00
Refrigerador 21"	1	1.500,00	1.500,00
Fregadero doble	1	120,00	120,00
Mesa de trabajo con entre paño	2	135,00	270,00
Repisas de pared	3	160,00	480,00
Cafetera	1	3.800,00	3.800,00
Microondas 2.5"	1	250,00	250,00
Licuada de 10veloc.	2	490,00	980,00
Bateria 5pz	2	217,00	434,00
Juegos de utensilios de cocina	2	340,00	680,00
Juegos de cubiertos 4 piezas	100	399,95	39.995,00
Juego de vajilla 12 piezas	9	135,00	1.215,00
Fuente de soda	2	499,00	998,00
Cristalería	700	3,41	2.387,00
Campana extractor de olores 36" acero inoxidable	1	220,00	220,00
Otros Gastos:			
Juego de dardos	2	79,99	159,98
Juego de damas	4	45,00	180,00
Juego de ajedrez	4	60,00	240,00
Faroles decorativos	15	60,00	900,00
Tiro al blanco	2	79,99	159,98
Alarma	1	219,99	219,99
Zona WiFi	1	45,00	45,00
Detectores de Humo	8	89,00	712,00
TOTAL			\$ 170.110,34

11.2 Tasa de Descuento

Dado que para la ejecución del proyecto es necesario pedir un préstamo al banco, se ha utilizado el método CAMP para calcular la tasa mínima

Tabla 2. Tasa de Descuento

Tasa de Descuento	
Informacion	%
rf	1,92
b	1,69
rm	17,67
RP Ecu	8,42
Ri	36,96

Según la información obtenida hasta 26 de Enero del 2011, la tasa de los bonos del Tesoro americano con un plazo de 5 años se encuentra en el 1,92%, la rentabilidad del mercado estadounidense de centros de entretenimiento es del 17,67% y el riesgo país del Ecuador está ubicado en 842 puntos base hasta el mes de Diciembre del año 2010. En cuanto al beta escogido, se eligió el de la empresa Entertainment Inc. siendo 1,69 puntos, por ser el centro de entretenimiento más representativo en el mercado estadounidense. En la siguiente tabla se muestran los resultados de aplicar la formula.

11.3 Amortización de la deuda

Para que el proyecto se ponga en marcha se necesita cubrir lo correspondiente al capital de trabajo y también es imprescindible comprar los activos mencionada en la inversión inicial.

Tabla 3. Amortización

INVERSIONES	
INVERSION INICIAL (\$)	170.110,34
INVERSION EN CAPITAL DE TR	-33.272,99
TOTAL DE INVERSION	\$ 136.837,35

De todo ese rubro, \$ 136838,93, los accionistas aportaran con el 60%, y se financiara el 40% restante mediante un préstamo a 5 años. Se ha considerado una tasa del 15,50% para elaborar la tabla de amortización de dicho préstamo.

11.4 Valor Actual Neto (VAN)

Una de las herramientas más utilizadas para evaluar la factibilidad de un proyecto es el VAN. El VAN mide

la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total en momento cero. De acuerdo con los resultados que se obtuvieron en el flujo de caja el VAN debe ser >0 para poder decir que el negocio es rentable.

El VAN obtenido es de \$55.227,55 y la TIR del proyecto es del 34,31%. Como el VAN es mayor a cero y muy significativo y la TIR es mucho mayor a la TMR, se puede concluir que el proyecto es satisfactoriamente rentable.

Tabla 4. VAN

VAN	\$ 55.227,55
TIR	34,31%

El plan de negocios revela información que ayuda en la toma de decisiones para la realización de este negocio, así como en la identificación de las ventajas de la puesta en marcha de un Pub Irlandés en la ciudad de Guayaquil.

11.5 Tasa Interna de Retorno

Otra herramienta usada para establecer la rentabilidad del negocio es la Tasa Interna de Retorno. La TIR mide la rentabilidad como un porcentaje. Es la tasa de descuento que iguala el valor equivalente de una alternativa de flujos de entrada de efectivo (ingresos o ahorros) al valor equivalente de flujos salientes de efectivo (egresos, incluidos los costos de inversión). En este caso la TIR del proyecto es del 34,31%.

12. Conclusiones

La idea de negocio propone conclusiones interesantes luego de haber realizado estudios para analizar el proyecto:

- Los resultados obtenidos de las proyecciones financieras muestran la viabilidad del proyecto, se puede observar que el período de recuperación es a los 2 años y 2 meses y la tasa interna de rendimiento es del 49,93%. El valor presente neto en el año 5 es de \$196.799,91 y su inversión inicial es de \$148.648,39.
- Le Gaire Pub está enfocado a un nivel socioeconómico medio-alto. Este es otro factor de éxito ya que este mercado tiene un alto poder adquisitivo y una estabilidad.

- La realización de este plan permitió también conocer a detalle el mercado meta. De acuerdo a esta sección, se pudo identificar a la competencia con mayor presencia en el mercado, a los clientes potenciales así como también sus gustos y preferencias. La principal información que se obtuvo de este estudio fue que el 50% de la muestra representativa asistirá a un Pub Irlandés en la ciudad de Guayaquil comprobando que existen un gran número de clientes potenciales para este negocio.

13. Agradecimientos

Agradecemos a Dios por ser quien nos ha permitido alcanzar esta meta muy valiosa.

Agradecemos a cada una de nuestras familias por siempre brindarnos su amor y ser nuestra fuente de inspiración.

A nuestro Director de Tesis, Ing. Patricia Valdiviezo por la guía que nos brindó en la elaboración de este proyecto.

También a todos los profesores que durante todos estos años de estudio nos han permitido atravesar este arduo camino y lograr realizar este proyecto, mediante sus enseñanzas brindadas en clase.

14. Referencias

- [1] www.eloihr.net/eire/index.php?page=pub
- [2] fotos.devaldemoro.es/fotos/displayimage.php?album=8&pos=3
- [3] Vista Interior Del Pub Celtics-Satélite www.celticspub.com/
- [4] Pubs Irlandeses pubsirlandeses.es/
- [5] European Irish www.europeanirish.com/news_spanish.php?news_id=2532
- [6] Flannery's Irish Geo Pub www.flannerys.cl/
- [7] Down Town Matias, The Irish Pub & Restaurant Since 1975: www.matiaspub.com.ar/v01/
- [8] Tasa De Los Bonos Del Tesoro www.labolsa.com/cbrokers/1224159492/
- [9] Tasa De Interes En Los Mercados Internacionales www.banxico.org.mx
- [10] Diario El Universo especiales.eluniverso.com
- [11] La Bolsa De Nueva York, New York Stock Exchange www.nyse.com
- [12] Banco Central Del Ecuador www.bce.fin.ec
- [13] Sistema Integrado De Indicadores Sociales Del Ecuador In www.siise.gov.ec
- [14] Valoración De Empresas: Como Medir Y Gestionar La Creación De Valor, Fernández Pablo, Edición. 2001

