

Proyecto de Inversión para la Creación de un Restaurante de Comida China Tradicional en la ciudad de Guayaquil

Víctor Xavier Castro Maldonado⁽¹⁾ Willian Gabriel Ng Chou⁽²⁾ César Marcel Portilla Parrales⁽³⁾
Facultad de Economía y Negocios⁽¹⁾
Escuela Superior Politécnica del Litoral⁽¹⁾
Km. 30,5 Vía Perimetral, 28003, Guayaquil, Ecuador⁽¹⁾
vxcastro@espol.edu.ec⁽¹⁾ wng@espol.edu.ec⁽²⁾
cportill@espol.edu.ec⁽³⁾

Giovanny Bastidas Riofrio⁽⁴⁾
Escuela Superior Politécnica del Litoral⁽⁴⁾, Economista, gbastida@espol.edu.ec⁽⁴⁾

Resumen

Este proyecto realiza un análisis para conocer la posibilidad de hacer una inversión para la creación de un restaurante de comida China tradicional en la ciudad de Guayaquil, partiendo de una breve investigación de mercado acerca de este tema, en la cual se evidenció que los Chifas existentes no ofrecen la verdadera comida típica de China. Mediante la implementación de un restaurante queremos llegar a explotar el nicho de mercado existente y cambiar la errónea idea acerca de la comida oriental. Elaboraremos la cadena de valor mediante datos estadísticos, investigaciones y encuestas, las cuales nos ayudaran a la determinación de los factores y variables inmersos en la ejecución de una actividad de este tipo, para de esta forma dar paso a la estructuración de los mismos en el desarrollo de un flujo de efectivo. Posteriormente, mediante el uso de las herramientas financieras, la TIR y el Payback, se da paso a la estimación de la viabilidad del proyecto de inversión y a la rentabilidad que se va a obtener con la implementación del restaurante. El presente tema está presentado en cinco partes. En la primera se detalla la introducción, la segunda se realiza un estudio de mercado, en la tercera sección se presenta el estudio de marketing, en la cuarta el estudio organizacional, y en la última sección se evalúa el proyecto mediante un estudio financiero. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas en base a los resultados de los estudios anteriormente descritos.

Palabras Claves: restaurante, comida tradicional.

Abstract

This project performs an analysis to determine the possibility of making an investment in the creation of a traditional Chinese food restaurant in the city of Guayaquil, on a brief market research on this topic, in which it was demonstrated that the existing Chifas not offer the real typical food of China. By implementing a restaurant we want to exploit the existing market niche and change the erroneous idea about the oriental food. We will develop the value steps through statistical data, research and polls, which will help us determine the factors and variables involved in the execution of an activity of this sort, thus giving way to structure them in the development of cash flow. Later, by using financial tools, the IRR and Payback, it leads to the estimate of the investment project feasibility and profitability to be achieved with the implementation of the restaurant. This topic is presented in five parts. In the first detailed introduction, the second is done a market survey, in the third section presents the marketing study, the fourth the organizational study, and the final section evaluates the project through a financial study. Finally, we present the conclusions and recommendations obtained based on the results of the studies described above.

Keywords: restaurant, traditional food.

1. Introducción

Por lo general, el negocio de la comida es atractivo y rentable, siendo éste bien administrado, nos hemos enfocado a desarrollarlo con nuestros conocimientos financieros y operativos, además de haber tomado en cuenta una breve investigación sobre la comida China, la cual nos ayudo a elegir y decidir la realización del proyecto de inversión ya que nos pudimos dar cuenta que en los conocidos restaurantes Chifas no ofrecen la verdadera comida tradicional de China.

DRAGON HUT es el nombre de nuestro restaurante va a estar dedicado a la preparación de la comida tradicional China brindando un producto de buena calidad y servido por un personal capacitado, dirigido especialmente a un público de exigente paladar y estrato social-económico medio en adelante.

Nuestro propósito social se enfoca a cambiar la errónea idea acerca del tipo de comida oriental que se ofrece en restaurantes, más conocidos como Chifas.

Teniendo en consideración que la verdadera comida china, además de tener el deleite, posee cualidades saludables por su forma de cocción, poco colesterol, abundancia en verduras de todo tipo y sobre todo, los nutrientes y vitaminas que contienen los ingredientes.

1.1. Objetivo General

Introducir una nueva gama de menús de comida tradicional China, que permita incrementar la rentabilidad promedio en relación a los negocios CHIFAS locales.

1.3. Características del Servicio

La comida será preparada por chefs orientales con los suficientes conocimientos y experiencia. Los ingredientes utilizados serán frescos, se cumplirá con todas las normas sanitarias y de higiene brindando así confianza y calidad en la elaboración de nuestros platos.

La mayoría de los ingredientes serán vegetales tales como la soya y sus derivados, el cual se la utiliza diariamente en la cocina China, de igual manera será rígida la selección de las carnes dando como resultado comida saludable, nutritiva y deliciosa.

En nuestro local se diseñará un ambiente propicio que hará sentir a nuestros clientes como si estuviesen en la misma China, la atención que se brindará será de primer nivel desde el momento en que ingresan a DRAGON HUT hasta el momento de su retiro sintiendo placer y satisfacción por el servicio recibido cumpliendo con uno de los propósitos, el de la fidelidad, siendo nuestro restaurante la primera elección al momento de comer fuera de su casa.

Uno de los principales atractivos será la música que se encontrará en el local creando un ambiente acogedor que según los expertos del Feng Shui ayuda para la buena digestión, característico en este tipo de negocio en China.

Otra cualidad es la de poder usar los típicos palillos chinos al momento de servirse los alimentos, tendrá la asesoría de nuestro personal en el caso que lo requieran los clientes. En la sección de mariscos los consumidores tendrán la opción de elegir al pez de su preferencia para su deleite, ya que contaremos con una pecera que será parte de la decoración creando un ambiente oriental.

2. Estudio de Mercado

Con la investigación de mercados se desea conocer si la creación de un restaurante de comida tradicional china tendría aceptación en la población guayaquileña, debido a que el mismo no es conocido en el ámbito local.

Además se desea determinar la población objetivo a la cual se va a dirigir el restaurante, conocer el perfil del consumidor, así como también la frecuencia de consumo. Esto constituye información importante para poder estimar la demanda que se obtendría y analizar la participación que ganaría en el mercado.

Los resultados obtenidos conllevarán a establecer estrategias de marketing para posicionar el producto, identificando posibles puntos de ventas y canales de distribución.

Realizar un estudio de mercado por medio de encuestas, con el fin de formarse una idea clara en las preferencias del consumidor objetivo, que permita conocer las decisiones de uso de los mismos; es decir la posible demanda que tendrá nuestro servicio.

2.1 Presentación de resultados

Se realizó un total de 400 encuestas en lugares estratégicos de la ciudad de Guayaquil, tales como:

- Malecón 2000
- Centro de la ciudad de Guayaquil.
- Principales centros comerciales (San Marino, Mall del Sol, Policentro, etc.)

Adicionalmente, se realizaron encuestas en menor proporción a personas que transitaban por la Av. 9 de Octubre y Av. Víctor Emilio Estrada (Urdesa).

Cabe recalcar que dichas encuestas se realizaron en lugares donde se conoce que concurren personas de estrato social medio en adelante, enfocándose en aquellas que tenían las características del segmento de mercado. Las encuestas en fueron realizadas en el mes de Julio del 2009 en diferentes horarios del día (principalmente entre las 12 pm y 2 pm) debido a que a partir de este horario las personas que laboran salen a comer a diferentes lugares de la ciudad, algo sumamente importante para nuestro estudio ya que nuestro proyecto se dedicará al mercado de comida oriental.

Sin embargo, también se realizo en otros horarios de la tarde y de la noche, para tener una visión más amplia de la investigación de mercado.

2.2 Resultados de la investigación cualitativa

Los resultados obtenidos en las encuestas nos muestran que la realización de nuestro proyecto de comida tradicional oriental DRAGON HUT es factible de realizar y llevar a cabo, puesto que a la mayoría de personas les gustaría probar la verdadera comida china, es por esto que la creación de nuestro restaurante satisficará las necesidades de los consumidores, los cuales representan un mercado potencial.

2.3 Determinación de precios

Los precios fueron determinados en base a las encuestas y entrevistas a propietarios y administradores de restaurantes especializados.

Platos	Precio
Estandar	6,00
Especial	10,00

Cuadro 1. Precios Plato estándar y Especial

3. Plan de Marketing

El modelo del plan de marketing es una herramienta que ayuda a definir la estrategia de comercialización del producto, su finalidad es coordinar todas las acciones de marketing de manera tal que se logre el mayor impacto posible con los clientes y prospectos.

3.1 Objetivos de Mercadotecnia

Lograr consolidar la comida tradicional China en el mercado potencial, para luego posicionar el mismo en la mente del consumidor objetivo.

Obtener una creciente y amplia participación de mercado, tal que en el largo plazo DRAGON HUT sea líder del mercado objetivo.

Lograr la fidelidad por parte del cliente meta hacia el producto, incrementando la conciencia del consumidor respecto a la comida típica de China.

3.2 Logotipo



Ilustración 1. Logo DRAGON HUT

El nombre de nuestro restaurante DRAGON HUT se lo definió en base a un estudio realizado por parte de nosotros, el cual significa La casa del dragón en su traducción al español. El slogan International Chinese Cuisine significa Cocina China internacional.

4. Estudio Organizacional

4.1. Organigrama de la Empresa

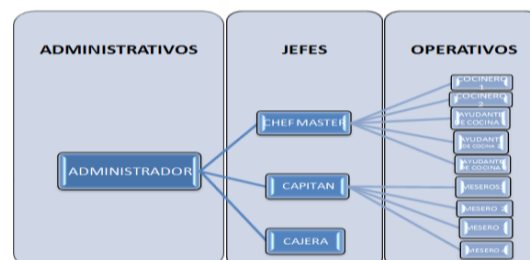


Ilustración 2. Organigrama de la Empresa

4.1. Personal Administrativo

En cuanto a los sueldos de personal y siguiendo con el organigrama de la empresa, se contratarán un administrador, un chef máster, dos cocineros, 3 ayudantes de cocina, un capitán, cuatro meseros y un cajero. Los sueldos de cada persona se muestran en la siguiente tabla:

COSTOS FIJOS: Nómina							
Personal	Sueldo Mensual (\$)	Número de Personas	Total Sueldo	13ero	14to	Vacación	AP 11.15%
Administrador	600	1	600	50,00	18,17	25,00	66,90
Cheff Master	900	1	900	75,00	18,17	37,50	100,35
Cocineros	400	2	800	66,67	18,17	33,33	89,20
Ayudantes de cocina	280	3	840	70,00	18,17	35,00	93,66
Capitán	400	1	400	33,33	18,17	16,67	44,60
Meseros	280	4	1120	93,33	18,17	46,67	124,88
Cajera	300	1	300	25,00	18,17	12,50	33,45
Total Sueldo Mensual		13	4960,00	413,33	127,17	206,67	563,04

Cuadro 2. Balance de Personal Administrativo.

5. Estudio Financiero

Determinada la inversión inicial en activos fijos (maquinarias, equipos de cómputo, muebles de oficina y vehículo), así como la reposición de los mismos al final de su vida útil, se procede a realizar el estudio financiero del proyecto, con el objetivo de realizar la evaluación económica para conocer si el mismo es rentable o viable. Para esto se requiere observar el comportamiento de las variables tales como: volumen de ventas, costos de preparación, gastos administrativos, de publicidad, y alquiler; con estos datos, se descontarán los flujos de caja proyectados en cada período a una tasa de descuento (TMAR), para así obtener la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN). Todo esto permitirá determinar la factibilidad económica del proyecto.

5.1 Estimación de Costos

Los costos variables dependen del volumen de clientes que se recibirán en un período estipulado. Estos han sido calculados en base a las entrevistas realizadas con los Chefs, los cuales nos señalaron estos valores promedios de costo de cada plato, los cuales se detallan a continuación:

El plato estándar tendrá un costo variable de \$3,60.

El plato Especial tendrá un costo variable \$6,15.

Una vez obtenido los costos variables de cada presentación, se procede a proyectarlos mensual y anualmente en un horizonte de 5 años.

El total de producción anual se lo obtiene de la demanda estimada en el estudio de mercado. Ahora, para calcular la venta mensual, se ha considerado un

incremento mensual del 1% en los platos a vender de los dos tipos para el horizonte planeado.

Los costos fijos han sido determinados por los sueldos de personal, gastos de servicios básicos, gastos de suministros, gastos de alquiler, publicidad y servicio de seguridad.

A continuación presentamos los gastos de salarios anuales, gastos de suministros y alquiler:

Luego de calcular los costos fijos y variables por mes y por año, se procede a proyectar los costos totales anuales de producción.

COSTOS	PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS TOTALES				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos	41952,00	41952,00	41952,00	41952,00	41952,00
Costos variables	229015,57	258060,47	290789,00	327668,32	369224,87
Total Costos	270967,57	300012,47	332741,00	369620,32	411176,87

Cuadro3. Costos Totales Anuales

5.2. Inversión Inicial

La inversión inicial es el gasto dedicado a la adquisición de bienes que no son de consumo final, sino bienes de capital que sirven para producir otros bienes; para llevar a cabo el proyecto se requiere contar con infraestructura física, maquinarias, adquisición de equipos, vehículos y otros equipos.

La inversión total requerida para la implementación del restaurante, es de \$69.308,24 y se detalla a continuación:

Activo	Precio Unitario	Cantidad	Total por Activo
Cocina industrial 6 hornillas	721,86	1	721,86
Lavadero de tres posas	490,52	1	490,52
Horno Industrial	841	1	841
Congelador Vertical Industrial	1890,22	2	3780,44
Freidora	390,42	1	390,42
Pailas (wok)	55	6	330
Extractores de aire	115	2	230
Anaqueles de cocina	145	2	290
Utensilios de cocina	463	1	463
Olla arrocera	220	1	220
Batidora industrial	130	1	130
Licudadora	60	1	60
Horno Microondas	120	1	120
Total Inversión Cocina			8067,24

Cuadro4. Inversiones en Equipos de Cocina

Activo	Precio Unitario	Cantidad	Total por Activo
Vajillas	762	1	762
Cubiertos	355	1	355
Vasos	120	0,6	72
Copas	60	1,2	72
Pajillos chinos	100	0,6	60
Tasas para té	80	0,5	40
Charolas	3,5	12	42
Jarras 2 litros	2	50	100
Total Inversión Atención Cliente			1503

Cuadro5. Inversiones para Atención a Clientes

Activo	Precio Unitario	Cantidad	Total por Activo
Mesas y Sillas	16180	1	16180
Aire acondicionado central	4500	1	4500
Manteles e Individuales	2500	1	2500
Computador	800	1	800
Escritorio	300	2	600
Muebles de Oficina	200	1	200
Caja registradora	840	1	840
Impresora multifuncional	150	1	150
Juego de muebles	1100	1	1100
Televisor	1100	1	1100
Aspiradora	150	1	150
Motocicleta	1100	1	1100
Adecuaciones y decoraciones	25518	1	25518
Publicidad	8000	1	8000
Total Inversión Infraestructura			62738

Cuadro6. Inversiones para Infraestructura

5.3 Ingresos Del Proyecto

Para estimar la proyección de ingresos mensuales y anuales, se necesita determinar la cantidad demandada del producto y, para determinar la misma, se necesita de ciertos parámetros, los cuales ya fueron establecidos anteriormente en la determinación de la demanda y el estudio realizado en diferentes restaurantes de la ciudad. Se determinó que el crecimiento de las ventas tendrá un crecimiento del 1% mensual.

PROYECCIÓN INGRESOS Año 1								
Periodo	Menú Estandar	Menú Especial	Precio Estándar	Precio Especial	Total Estándar	Total Especial	Ingreso Mensual	
Enero	2720,00	1344,00	6	10	16320,00	13440,00	29760,00	
Febrero	2747,20	1357,44	6	10	16483,20	13574,40	30057,60	
Marzo	2774,67	1371,01	6	10	16648,03	13710,14	30358,18	
Abril	2802,42	1384,72	6	10	16814,51	13847,25	30661,76	
Mayo	2830,44	1398,57	6	10	16982,66	13985,72	30968,38	
Junio	2858,75	1412,56	6	10	17152,48	14125,58	31278,06	
Julio	2887,33	1426,68	6	10	17324,01	14266,83	31590,84	
Agosto	2916,21	1440,95	6	10	17497,25	14409,50	31906,75	
Septiembre	2945,37	1455,36	6	10	17672,22	14553,59	32225,82	
Octubre	2974,82	1469,91	6	10	17848,94	14699,13	32548,07	
Noviembre	3004,57	1484,61	6	10	18027,43	14846,12	32873,55	
Diciembre	3034,62	1499,46	6	10	18207,71	14994,58	33202,29	
Total Anual	34496,41	17046,28			206978,45	170452,84	377431,29	

Cuadro7. Proyección de Ingresos Año 1

5.4 Tasa de descuento

La tasa de descuento, es la rentabilidad mínima que nuestro proyecto debe obtener, para que sea viable, además, esta sirve para descontar los flujos de efectivo que genere el negocio al tiempo presente.

En este apartado calculamos la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) exigida por los inversionistas. Utilizamos la siguiente fórmula:

$$R_i = r_f + b(r_m - r_f) + RP_{ecu}$$

TMAR	
Información	Porcentaje
Rf	0,0366
b	1,26
Rm	0,2118
RP ecu	0,1087
Ri	36,6%

Cuadro8. Cálculo TMAR

5.5 Flujo de Caja

El flujo de efectivo proyectado generado por el proyecto se presenta a continuación:

FLUJO DE CAJA						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
Ingresos		377.431,29	425.299,02	479.237,59	540.016,91	608.504,57
(-) Costo Ventas		229.015,57	258.060,47	290.789,00	327.668,32	369.224,87
(=) U. Bruta		148.415,72	167.238,55	188.448,59	212.348,58	239.279,70
(-) Gastos		140.021,88	130.421,86	130.421,86	130.421,86	130.421,86
Administrativos		75.122,48	75.122,48	75.122,48	75.122,48	75.122,48
Publicidad		26.400,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00
Servic. Básicos		10.392,00	10.392,00	10.392,00	10.392,00	10.392,00
Suministros		960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Seguridad		4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Varios		700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Alquiler		14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00
(-) Total Depreciaciones		3.923,69	3.923,69	3.923,69	3.923,69	3.923,69
Vehiculos		220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
Equipos de Cocina		891,02	891,02	891,02	891,02	891,02
Equipos		525,67	525,67	525,67	525,67	525,67
Equipos de Oficina		2.287,00	2.287,00	2.287,00	2.287,00	2.287,00
(=) U.A.I.I.		4.470,17	32.893,00	64.103,03	78.003,03	104.934,15
(-) Intereses		7.065,00	5.998,93	4.782,23	3.393,61	1.808,77
(=) U.A.P.T.		-2.594,83	26.894,07	49.320,80	74.609,42	103.125,38
(-) Particip. Trabajadores (15%)		0,00	4.034,11	7.398,12	11.191,41	15.468,81
(=) U.A.I.		-2.594,83	22.859,96	41.922,68	63.418,01	87.656,57
(-) Impuestos (25%)		0,00	5.714,99	10.480,67	15.854,50	21.914,14
(=) U. Neta		-2.594,83	17.144,97	31.442,01	47.563,51	65.742,43
(+) Depreciacion		3.923,69	3.923,69	3.923,69	3.923,69	3.923,69
(+) Valor desecho de activos						
(-) Amortiz. Capital		7.544,71	8.610,78	9.827,48	11.216,10	12.800,94
(-) Inversion		-72.308,24		-950,00		
(-) Gastos Constitución		-820,00				
(-) Capital de Trabajo		-11.958,40				11.958,40
Préstamo		50.000,00				
FLUJO DE CAJA	-35.086,64	-6.215,85	12.457,88	24.588,22	40.271,10	84.625,70
VAN	\$ 39.552,82	TIR	41,87%	Tasa Descuento	18,65%	

Cuadro 9. Flujo de caja proyectado.

5.6 Métodos de evaluación

Con la finalidad de evaluar de viabilidad de la ejecución del proyecto, se utilizaron los métodos del VAN, TIR y Payback. A continuación se presentan los resultados:

TMAR	18.65%
TIR	41.87%
VAN	39.552,82

Cuadro 10. TMAR, VAN y TIR del proyecto.

PAYBACK				
Periodo	Saldo de inversión (\$)	Flujo de caja (\$) ad exigida	Rentabilidad ad exigida (\$)	Recuperación de la inversión (\$)
1	35.086,64	-6.215,85	6543,66	-12759,50
2	47.846,14	12.457,88	8923,31	3534,58
3	44.311,57	24.588,22	8264,11	16324,12
4	27.987,45	40.271,10	5219,66	35051,44
5	-7.063,99	84.625,70	-1317,43	85943,13

Cuadro 11. Payback del proyecto.

Considerando una tasa de descuento del 18,65% en el cálculo del periodo de recuperación, se ha determinado que el proyecto recuperará la inversión en el 4to año de operación.

6. Conclusiones

Tras haber analizado las diferentes etapas para determinar la factibilidad del proyecto, podemos concluir que:

Existe un mercado potencial para DRAGON HUT, ya que a través de las encuestas realizadas en la investigación de mercado, se descubrió que éste proyecto tendría una gran aceptación con un 66.5% de los encuestados estarían dispuestos a consumir la comida tradicional china.

El estudio reveló que la mayoría de la población encuestada tiene conocimiento que los denominados Chifas no ofrecen la verdadera comida china, con esto podemos encontrar una gran oportunidad de ingresar a este mercado.

La rentabilidad que proyecta (TIR) es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas (TMAR o Tasa de descuento) y el VAN es mayor a 0; por lo tanto el proyecto es económicamente factible de llevarse a cabo.

Nos situaremos dentro del rango de precios en la que las personas están dispuestas a pagar por el menú obteniendo utilidades de manera que podamos recuperar la inversión a mediano plazo.

El entorno político que se vive en nuestro país genera gran incertidumbre en cuanto a la estabilidad de la economía general, en la que estaremos con planes contingentes para enfrentar este tipo de situaciones.

7. Recomendaciones

Se plantea a continuación una serie de recomendaciones para fortalecer el éxito del presente proyecto, las mismas que deberán ser consideradas a lo largo de toda la implementación, retroalimentación y evaluación.

Se recomienda que cuando se esté implementando el proyecto, se controle la rotación de los menús en la que las personas demanden con mayor frecuencia, con ello buscaremos corregir y mejorar los platos a la carta que ofrece DRAGON HUT, de este modo podremos adaptarnos a los gustos y preferencias de los clientes.

Convendría ser más eficientes en la administración de los rubros más representativos de los egresos, para así optimizar los procesos de la cadena de valor del negocio.

Pensando en la expansión de nuestro restaurante, en el largo plazo se establecerá sucursales en otros sectores

donde exista una posible demanda insatisfecha de clientes.

Continuar y perfeccionar el plan de marketing publicidad para ingresar al top of mind de los consumidores y así dar a conocer de mejor forma nuestro exquisito menú.

Establecer estrechos vínculos de fraternidad y lazos de hermandad entre la cultura china y ecuatoriana para incrementar la unión de estas naciones.

Finalmente, se recomienda inculcar el buen hábito alimenticio de consumir un menú nutritivo y saludable para mantener un nivel de vida integral.

8. Agradecimientos

- Al Econ. Giovanny Bastidas, por su valiosa ayuda como guía en el desarrollo del presente proyecto de tesis.

9. Referencias

[1]Entrevistas a chinos residentes en la ciudad de Guayaquil y administradores de restaurantes orientales.

[2]Revista de la Colonia China

[3]Libros de comida China

[4]GUERRERO MACIAS, Gustavo. Proyectos de inversión. Primera Edición. Centro de Difusión y Publicaciones-ESPOL, 2007.

[5]BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. McGraw – Hill, México, 2001.

[6] www.bce.fin.ec

[7] www.inec.gov.ec

[8] finance.yahoo.com

[9]http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/valuation/val.htm

[10] www.eluniverso.com

[11] www.cedatos.com.ec