

“Proyecto de Inversión para la Prestación de Servicios Gastronómicos y Folklóricos de un Restaurante en el Sector Norte de Guayaquil”

ZAYDY GABRIELA VERA DEL VALLE¹
MAIRA ESTEFANÍA ECHEVERRÍA SAETEROS²
ING. VANESSA LEÓN³

Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar
(FIMCM)
Licenciatura en Turismo
(LICTUR)

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
Campus Gustavo Galindo, km 30.5 vía perimetral
Apartado 09-01-5863
Guayaquil, Ecuador

zvera@espol.edu.ec; eechever@espol.edu.ec; vcleon@espol.edu.ec

Resumen

El proyecto realizado se basa específicamente en la investigación de mercado, la cual nos dio información relevante sobre el mercado potencial existente en el área de estudio, la competencia directa y los lineamientos para establecer el restaurante.

No solo implica un análisis superficial de la realidad de los restaurantes y del servicio que ofrecen, pues nos hemos basado en un profundo estudio de las necesidades y requerimientos que tienen los turistas nacionales y extranjeros para satisfacer con calidad la necesidad básica como es la alimentación; además de un estudio financiero, el cual nos ha ayudado a determinar la rentabilidad del mismo.

El presente proyecto busca determinar el grado de factibilidad de crear un restaurante folklórico y turístico al mismo tiempo que rentable, que además de cubrir la necesidad alimenticia de los turistas locales y nacionales que visiten Guayaquil, brinden una satisfacción rica en cultura y esparcimiento social.

Además se espera con la implementación de estrategias, obtener una rentabilidad ascendente en el tiempo basándonos en la atención y servicios de calidad, y esperando que el flujo de visitantes a nuestro restaurante crezca mensualmente.

Palabras Claves: *Proyecto de Inversión, Restaurante Temático, Comida Ecuatoriana.*

¹ Licenciatura en Turismo , 2008.

² Licenciatura en Turismo, 2008.

³ Ingeniera Comercial

Abstract

The carried out project is based primarily on the market investigation, which gave us outstanding information on the existent potential market in the study area, the direct competition and the limits to establish the restaurant.

Not alone it implies a superficial analysis of the reality of the restaurants and of the service that it offers, because we have based ourselves on a deep study of the necessities and requirements that have the domestic and foreign tourists; with quality to meet the basic need such as food; in addition to a financial study, which has helped us to determine the profitability of it.

The present project looks for to determine the grade of feasibility of creating a folkloric restaurant and tourism that it provides to the investor fruitful earnings to future besides covering the food necessities of local and domestic tourists who visit Guayaquil, providing satisfaction rich in culture and social recreation.

Also expected with the implementation of strategies, to obtain an upward profitability in the time basing us on the attention and services of quality, and hoping the flow of tourists to our restaurant grows monthly.

Keys Words: *Inversion Project, Thematic Restaurant, Ecuadorian Food.*

1. Introducción

Las salidas a comer tienen una larga historia, con ellas la aparición de lo que hoy en día conocemos como los mencionados restaurantes, es tan solo estudiar un poco sus antecedentes, para darnos cuenta de la evolución que esta necesidad ha tenido, a tal punto de convertirse en uno de los negocios más rentables para unos y para otros la fuente de ingresos para sus hogares, por ello podemos decir que nos encaminamos a buen rumbo.

Tenemos conocimiento respecto a lo que es el Turismo en nuestro medio, estamos conscientes que es una fuente de desarrollo que falta aún por explotar, por ese motivo vimos la necesidad de ofrecer a nuestra ciudad, Guayaquil, una nueva opción en servicio de restauración, aprovechando que es una comunidad, que ha ido generando cambios y se esta abriendo a la parte turística.

Queremos ofrecer un servicio de calidad en forma conjunta con el desarrollo turístico y folklórico a través de nuestra gastronomía y con ello poder rescatar identidad en nuestros habitantes y a su vez dar conocimiento a nuestros turistas de la cultura ecuatoriana.

2. Contenido

El Restaurante gastronómico y folclórico “TÍPICOS” como empresa se desarrolla en un ámbito poco explorado, ya que los negocios más cercanos de este tipo no ofrecen servicios agregados y tienen un enfoque parecido pero a la vez totalmente distinto al cual este proyecto está destinado.

Un restaurante temático en el sector propuesto viene a resolver una demanda insatisfecha, y cuando funciona en forma óptima constituye una alternativa ganar-ganar, pues favorece tanto al turista como al dueño del negocio.

El objetivo principal de este proyecto es establecer un análisis de factibilidad financiera para el restaurante “TÍPICOS” y proponer un plan de marketing turístico completo para el óptimo funcionamiento del mismo.

Otros objetivos específicos del proyecto son: la determinación del tamaño del mercado, la determinación del mercado objetivo, identificar la posible inversión requerida para la implementación del proyecto, presentar los requisitos necesarios para la apertura del restaurante y por último determinar la rentabilidad del mismo.

Para la estimación de la demanda de este proyecto, se utilizó información de fuentes estadísticas primarias como fueron las encuestas realizadas a los establecimientos que los hemos determinado como posible competencia directa para ver si es que podemos analizar de bueno, malo y seguir un lineamiento.

Luego visitamos negocios afines para determinar los precios de los servicios de los competidores en el sector, información que fue utilizada para establecer los precios promedios que sirvieron como referencia para los precios finales.

Una vez determinada la demanda y analizada la oferta se procedió a realizar un análisis FODA seguido de la implementación de la estrategia de Servicio por medio del análisis de las 4 P's de Marketing.

Posteriormente haciendo uso del análisis costo-volumen-utilidad se determinó el número idóneo de meseros que requeriría el restaurante y la demanda de visitantes a atenderse con lo cual se estimó un aproximado de los ingresos que del negocio.

Para la estimación de la inversión técnica del proyecto se contó con la ayuda de profesionales en el área, los mismos que proporcionaron el valor de la inversión que se deberá efectuar para la implementación del negocio.

Fue necesario además realizar un balance de equipos en donde se incluyeron todos aquellos que permitan la operación del Centro y finalmente se elaboró un balance de personal en el cual se detalló el número de empleados con sus respectivos cargos y remuneraciones.

Por último, con el fin de establecer si el negocio era rentable o no, se realizó un estudio financiero haciendo uso del beta de la industria para determinar la tasa de descuento apropiada a utilizarse en el flujo de caja, con lo cual se determinó la conveniencia económica de realizar este proyecto.

3. Conclusiones

Una vez realizado los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero del proyecto, se determinó si el negocio planeado proporcionó la rentabilidad esperada.

Y a partir de este punto, se pudo hacer uso de los resultados obtenidos para poner en marcha el Restaurante "TÍPICOS" con mayores

perspectivas y oportunidades comerciales, brindando a los turistas locales y nacionales un restaurante con valor agregado.

4. Referencias

1. CULTURAL, S.A.: Técnico en Hotelería y Turismo; Tomo 1; Edición 2003; Madrid- España.
2. LIMUSA NORIEGA: 1000 detalles que hay que cuidar en un hotel, un restaurante o bar; España 1997
3. RAÚL MUÑOZ ORTIZ: El arte de servir en hoteles y restaurantes; México 1994.
4. DOMENIC BIOSKA: Dirigir con éxito un restaurante en el siglo XX1; Barcelona 2003.
5. RODRÍGUEZ VERA: Costos aplicados a hoteles y restaurantes; Bogotá 1998.
6. EDITORIA SINTÉTISIS S.A. : Servicio de atención al cliente en restauración ; España 1999
7. GARY DESSLER; Administración de Personal; Sexta Edición.
8. JAMES R. EVANS / WILLIAM M. LINDSAY; Administración y Control de la Calidad; Grupo Editorial Iberoamérica.
9. SCOTT BESLEY, EDITORIAL MAC GRAW HILL; Fundamentos de Administración Financiera; Doceava Edición.
10. PHILLIP KOTLER; Direccionamiento de Marketing; Décima Edición.
11. KINNEAR / TAYLOR; Investigación de Mercados; Tercera Edición.
12. CULTURAL DE EDICIONES; Dirección de Marketing y Ventas; Tomo I y II
13. PHILIP KOTLER / GARY ARMSTRONG; Marketing; Prentice Hall; Octava Edición.
14. NASSIR SAPAG; Preparación y Evaluación de Proyectos; Cuarta Edición.