

RESTAURANTE “DRAGON HUT” *International Chinese Cuisine*

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE
UN RESTAURANTE DE COMIDA CHINA TRADICIONAL”



INTEGRANTES:

- Víctor Castro Maldonado
- Willian Ng Chou
- César Portilla Parrales

INTRODUCCIÓN

DEFINICIÓN DEL TEMA



IMPORTANCIA DEL ESTUDIO: Problemas y Oportunidades

- En los conocidos chifas no ofrecen la verdadera comida tradicional de China.
- En los pocos restaurantes que se ofrece son muy caros estos platos y tienen una nula publicidad de los mismos.
- La población siente recelo por la comida China, porque piensan que los animales usados en la preparación son los no comúnmente utilizados en nuestro país.



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y 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



CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO Y SERVICIO

- 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 hasta el momento de su retiro, cumpliendo con uno de los propósitos, el de la fidelidad, siendo nuestro restaurante la primera elección al momento de comer fuera de su casa.



GENERAL

ESPECIFICO

OBJETIVOS

METODOLOGIA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- Determinar las características demandadas.
- Establecer una estrategia de posicionamiento.
- Crear estrategias y promociones.

METODOLOGIA PARA LA EVALUACION DEL PROYECTO

Obtención de Datos.- Primarios

- Entrevistas
- Investigaciones en los restaurantes de Guayaquil.

Secundarios

- Obtención de datos estadísticos



METODOLOGIA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Investigación Concluyente.-

- Realizar un estudio de mercado por medio de encuestas, con el fin de formarse una idea clara en las preferencias del consumidor objetivo.
- Realizar un plan de ejecución y marketing adecuado para la promoción de nuestro restaurante, tomando en cuenta las condiciones de mercado para la introducción.

METODOLOGIA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- **Aspectos Metodológicos**

- Establecer los costos estimados de la ejecución y posesión.
- Elaborar el análisis de la factibilidad económica y financiera del proyecto, a través de la elaboración de flujos de caja proyectados y el análisis de los principales resultados financieros.

- **Evaluación Final**

- Una vez realizados los estudios de mercado, técnico y financiero del proyecto, se procederá a determinar el grado de factibilidad del mismo, en base a los criterios expuestos anteriormente.

INVESTIGACION DE MERCADO

Perspectivas.-

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

DETERMINACION DE POBLACION OBJETIVO

Población Guayaquil (2001)	2'039.789 Habitantes
Tasa Crecimiento anual	2.68%
Población Guayaquil proyectada (2009)	2'520.416 Habitantes
Personas de 18 años en adelante	1'580.048 Habitantes
Población de Guayaquil Socialmente Integrada	16.6%
Mercado Potencial	262.288 personas

Investigación de Mercado

Plan de Muestreo

Objetivos

Método de
Muestreo

Tamaño de
Muestra

Generales/Específicos

ENCUESTA

1.- ¿Está dentro de sus preferencias la comida oriental?

Sí _____

No _____

2.- ¿Qué edad tiene?

18-22 años _____ 28-32 años _____ 38-42 años _____ 48 en adelante _____

23-27 años _____ 33-37 años _____ 43-47 años _____

3.- Género

Femenino _____

Masculino _____

4.- Sector donde vive

Norte _____

Centro _____

Sur _____

5.- ¿Cuántas veces al mes sale a comer a restaurantes?

1-2 veces _____ 3-4 veces _____ 5-6 veces _____ 7 en adelante _____

ENCUESTA

6.- ¿Qué tipo de comida prefiere al momento de salir a comer?

China____ Comida rápida____ Parrilladas____

Típicas____ Otras (especifique)_____

7.- ¿Que características usted considera importante al momento de elegir el lugar donde comer?
(Ordene del 1 al 5, siendo el 1 de mayor importancia y 5 de menor importancia)

Ambiente____ Ingredientes____ Precio____

Ubicación____ Sabor____

8.- ¿Sabía Ud. que los chifas no ofrecen la verdadera comida tradicional de China?

Sí____ No____ Indiferente____

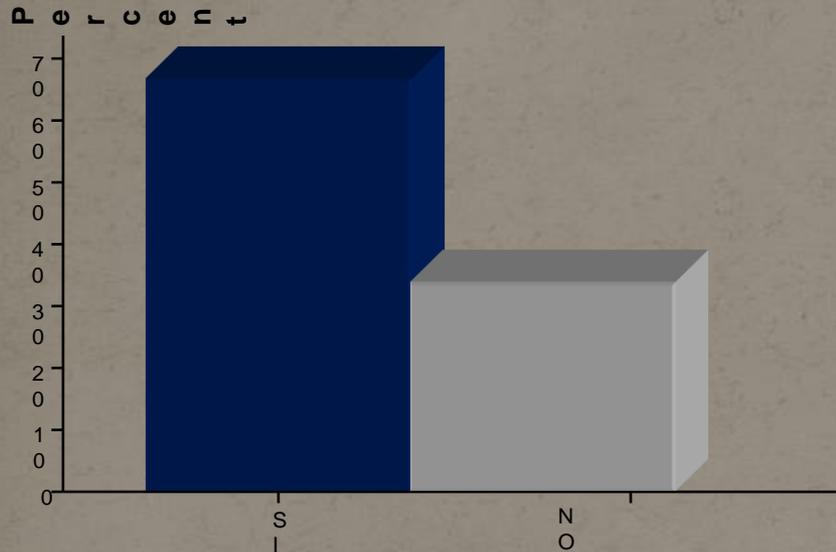
9.- ¿Estaría Ud. dispuesto a probar la comida tradicional China?, sabiendo que los ingredientes serán los comúnmente utilizados en nuestro país.

Sí____ No____

10.- ¿Hasta cuánto Ud. ha pagado por un plato de comida oriental en la que se ha sentido satisfecho?

\$2 a 4 ____ \$5 a 8 ____ \$9 a 12 ____

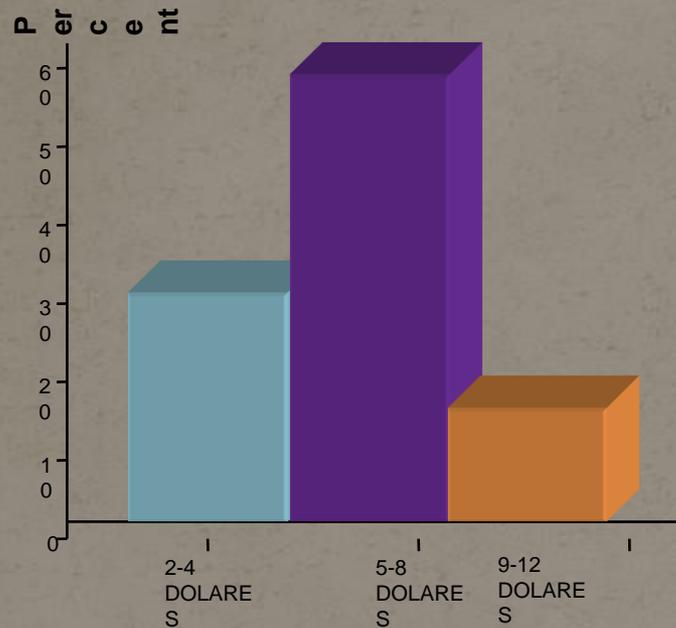
Análisis de preguntas



DISPONIBILIDAD A PROBAR COMIDA CHINA TRADICIONAL

	<u># Personas</u>	<u>%</u>
SI	266	66,5
NO	134	33,5

Análisis de preguntas



PRECIOS

<u>\$</u>	<u># Personas</u>	<u>%</u>
2-4	116	29
5-8	227	56,8
10-12	54	14,3

PLAN DE MARKETING

OBJETIVOS DE MARKETING

Objetivos Financieros:

- Recuperar el monto de inversión inicial en el menor tiempo posible.
- Obtener flujos de caja positivos que sean mayores a los negativos.

Objetivos de Mercadotecnia:

- 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

ANALISIS ESTRATEGICO

Matriz Boston Consulting Group (BCG)



Matriz Oportunidades Producto-Mercado (ANSOFF)

		<i>TRADICIONALES</i>	<i>NUEVOS</i>
Mercados	<i>Tradicional</i>	Penetración en el mercado	Desarrollo de productos
	<i>Nuevos</i>	Desarrollo de mercados	Diversificación

Tabla 12: Matriz Ansoff

Fuerzas de Porter



Conclusión Análisis de Porter

<i>FUERZAS DE PORTER</i>	<i>RESULTADO</i>	<i>NIVEL DE RENTABILIDAD</i>
Barreras De Entrada	Mediana	Alto
Rivalidad	Mediana	Mediana
Sustitutos	Alto	Bajo
Poder Negociación Consumidor	Bajo	Alto
Poder Negociación Proveedor	Bajo	Alto

Tabla 13: Conclusión Análisis de Porter

Marketing Mix



Producto

- El menú de DRAGON HUT en términos generales estará preparado en un 70% por vegetales.



En lo que se refiere a carnes tendremos una amplia gama de elección entre las que podemos destacar:

- Res
- Pollo
- Cerdo
- Pato
- Ternero
- Ganso
- Camarón
- Pescado



PRECIO

El rango de precios a cobrar a nuestros clientes estará entre \$5 y \$8 para los platos estándares.

Los platos especiales tendrán un precio de \$10 aproximadamente.

Plaza

El lugar en donde instalaremos DRAGON HUT será en el sector norte de Guayaquil, rodeado entre las ciudadelas como La Garzota, Alborada y Sauces, en donde tendremos nuestro espacio físico para ofrecer nuestra exquisita comida oriental.

Promoción

La publicidad de DRAGON HUT se transmitirá a través de los siguientes medios de comunicación:

- Mediante convenios con programas televisivos de cocina.
- Prensa escrita
- Revistas
- Afiches

Logotipo



ESTUDIO FINANCIERO

- **Demanda potencial.-**

- *Platos Estándar:*

Platos estándar	
Restaurante	Platos vendidos diariamente (de martes a viernes)
Joun Yuep	85
Noe	79
Sion Lung	86
Jumbo	92
Cantones	108
Promedio	90

Plato estandar	
Restaurante	Platos vendidos diariamente (fin de semana)
Joun Yuep	150
Noe	155
Sion Lung	152
Jumbo	164
Cantones	179
Promedio	160

- *Platos Especiales:*

Platos especial	
Restaurante	Platos vendidos diariamente (de martes a viernes)
Joun Yuep	43
Noe	36
Sion Lung	38
Jumbo	41
Cantones	52
Promedio	42

Plato especial	
Restaurante	Platos vendidos diariamente (fin de semana)
Joun Yuep	85
Noe	76
Sion Lung	78
Jumbo	85
Cantones	96
Promedio	84

- **Ingresos.-**

- Precio de Venta por Plato Estándar: \$ 6,00
- Precio de Venta por Plato Especial: \$ 10,00

- **Costos.-**

- Costo de Venta por Plato Estándar: \$ 3,60
- Costo de Venta por Plato Especial: \$ 6,15



- **Costos Fijos.- Nómina**

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	553,04

- Flujo de Caja.-

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		140.021,86	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
Vehículos		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	54.103,03	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						15.802,12
(-) Amortiz. Capital		7.544,71	8.610,78	9.827,48	11.216,10	12.800,94
(-) Inversión	-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%	

- **Periodo de Recuperación de la Inversión (Payback)**

PAYBACK				
Periodo	Saldo de inversión (\$)	Flujo de caja (\$)	Rentabilidad 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

RECOMENDACIONES

- 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.
- 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.
- Se recomienda inculcar el buen hábito alimenticio de consumir un menú nutritivo y saludable para mantener un nivel de vida integral.



GRACIAS!!