WWW.DEPRIMERA.EC

AUTORES:

LCDO. PEDRO AVILÉS

LCDO. CARLOS CARRERA

ING. ANDRÉS CEVALLOS

ING. FRANCISCO PARRA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocios, WWW.DEPRIMERA.EC, propone un portal interactivo dinámico que enlaza establecimientos tipo restaurant de primera clase con sus clientes y potenciales clientes. El cliente se informa en el sitio web y toma una decisión de consumo inteligente mientras que el restaurant incrementa sus ventas y se retroalimenta de la opinión de su mercado, con lo cual potencia su negocio.

Como resultado de esta idea de negocio se obtienen beneficios paralelos deseables como el incentivo a la cultura gastronómica, de salud y nutrición. Se aprovechan las tecnologías de la información y comunicaciones que, hoy en día, tenemos al alcance de nuestra mano por medio de los teléfonos inteligentes y el acceso masivo a internet y al correo electrónico.

El negocio inicia en la ciudad de Guayaquil cuyo mercado es idóneo debido a que sus restaurants experimentan una tasa crecimiento anual estimada del 9,67%. Así mismo, el uso de teléfonos inteligentes e internet se incrementa anualmente, contribuyendo al sostenimiento del negocio. El segmento de mercado está conformado por 564 restaurantes.

El servicio hace uso de las herramientas del e-marketing y se fundamenta en cuatro pilares que son: Actuar como canal de enlace virtual entre restaurantes y sus clientes; hacer publicidad electrónica especializada; guiar a los usuarios de internet y teléfonos inteligentes a tomar las mejores decisiones de consumo y proporcionar información útil a los administradores de restaurantes, acerca de los comportamientos y preferencias de sus consumidores.

Se analizan los cinco principales competidores que proveen información útil sobre restaurantes; solamente uno de ellos publicita restaurantes de Guayaquil (Távola), sin embargo no ofrece ningún servicio de retroalimentación para los establecimientos suscritos en base a información obtenida de sus clientes, procesada y analizada.

Los ingresos del negocio provienen del pago de las suscripciones anuales ($300) que deben pagar los establecimientos que soliciten los servicios de Deprimera más un 2% de la factura por cliente obtenido gracias al portal. En 5 años de la vida, se obtendrá un margen bruto estimado de $22.000 anuales y neto de $14.000 por año.

La inversión inicial asciende a $14.352,00 USD que deben ser financiados 70% por inversionistas y lo restante por los socios. Se ha proyectado conseguir un Valor Actual Neto (VAN) de $54.827,62 USD calculado a una tasa de descuento del 10%. Dicho valor

corresponde al escenario del proyecto y equivale a una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 114,27% el cual es un valor atractivo para los inversionistas. El tiempo de recuperación de la inversión es de 317 días, según los flujos con los que se ha calculado el VAN; si bien es cierto, la inversión no es tan alta, el período de recuperación es notablemente corto.

Se han definido cuatro aspectos críticos para la sostenibilidad del negocio que a continuación se indican. La retención del cliente será perseguida demostrando a los administradores los acertados informes de investigación de mercado. La investigación del mercado será dinámica y continua con la finalidad de estar siempre al día con las últimas tendencias que nuestros clientes necesitan conocer. La página web será amigable y sensible promoviendo un modelo práctico pero efectivo de inteligencia comercial. La diversificación de la línea de negocios será vertical y horizontal ampliándose a otros segmentos de mercado y a otras categorías de establecimiento en el mediano plazo.

Se ha realizado un Estudio de Impacto Ambiental, en el cual se ha demostrado que los impactos del negocio propuesto son beneficiosos principalmente en lo social y luego en lo económico. En lo ambiental, existe un ligero e indirecto impacto negativo pero es despreciable e insignificante comparado con los impactos beneficiosos.