

FUTURAMA



ÍNDICE

- ¿Quiénes somos?
- Futurama
- Propuesta de valor
- Segmentación del mercado
- Denominación de la empresa
- Forma jurídica
- Localización
- Recursos clave
- Fuentes de ingresos
- Estructura de costes
- Plano de las instalaciones
- Actividades clave
- Canales de distribución
- Relación con los clientes
- Alianzas clave
- Balance de la empresa
- Fondo de maniobra
- Análisis de ratios
- Organigrama
- Organización y estilo de dirección
- Gestión de proveedores
- Gestión de la competencia
- Análisis de variabilidad financiera de un proyecto empresarial (V.A.N.)
- Necesidades de financiación

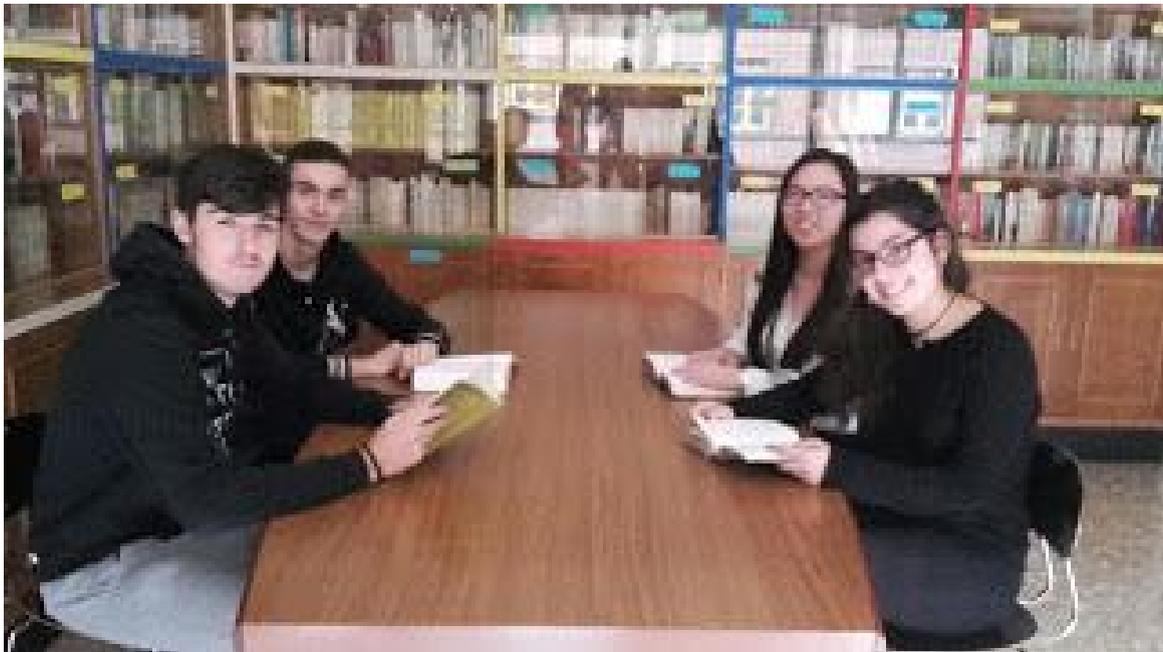
¿QUIÉNES SOMOS?

Hola buenas:

Somos Alain, Iratxe, Jon Iker y Nanxi, alumnos de 2º de bachiller del colegio Nuestra Señora del Carmen en Indautxu, Bilbao. Puesto que estamos realizando la asignatura de procesos, tenemos que preparar un plan de negocio.

Con el uso de este blog, os iremos avanzando sobre la forma que va tomando nuestro proyecto con el fin de que vayáis conociendo nuestro restaurante innovador, FUTURAMA.

Basándonos en el compañerismo y en la amistad que nos une, durante este curso desarrollaremos esta idea aportando lo mejor de cada uno.



FUTURAMA

Este proyecto consiste en crear un restaurante innovador, que consta de las siguientes características:

- Sustituiremos mesas tradicionales por mesas inteligentes táctiles que permitirán al cliente crear platos a su gusto con el objetivo de ahorrarle tiempo.
- El recinto tendrá un ambiente para todos los públicos, desde los más pequeños de la casa hasta los amores más tradicionales.

Nuestro objetivo principal es poder satisfacer al cliente con nuestro producto y nuestros servicios, y poder satisfacer las necesidades de cada cliente, ya que son el elemento esencial de nuestro negocio.

¿Qué ofrecemos?

- **Rapidez:** Intentamos que el cliente no tenga que esperar en la mesa a que sus platos lleguen.

- **Amabilidad:** Un trato inigualable para que de esta manera, el cliente se sienta como en casa.

- **Flexibilidad:** En nuestro horario, hemos conseguido establecer un horario a turnos, para que el personal pueda ajustarse dentro de lo posible con su vida fuera del trabajo.

- **Experiencia:** Contamos con gente cualificada, con compromiso en el negocio, para poder desarrollar su trabajo de forma constante y eficaz.

- **Actitud:** Aparte de tener personal cualificado, nuestro personal también es constante y sabe anticiparse a problemas que puedan ocurrir en la cocina.

- **Equipo:** Nuestro personal sabe que la cocina es un equipo y que cada uno de ellos aporta su grano de arena, el equipo sabe que dentro de la cocina lo más importante es que haya compañerismo y respeto entre el personal. Todos sabemos que sin compañerismo y de malas maneras todo se puede ir al traste.

PROPUESTA DE VALOR

Si vamos por la calle podemos observar que la mayoría de los restaurantes son de características similares pues en cuanto al diseño no hay nada que les distinga. Pueden resaltar por la fama debido a la antigüedad en la ciudad o bien por dominar un plato.

Nosotros ofrecemos un servicio hostelero fuera de lo común, en el que no nos centramos tanto en el producto ofrecido sino que nos especializamos en una visión más futurista, es decir, luces láser, mesas tecnológicas táctiles, servicio de pago vía teléfono móvil de manera que no habrá que preocuparse en sacar dinero del cajero o de si nos hemos dejado la tarjeta de crédito en casa, etc.

En nuestro restaurante predomina el valor cualitativo debido a que su diseño es más moderno porque no se suele ver una decoración así en cualquier lugar. Garantizamos un servicio en el que cada uno podrá modificar su menú gracias a la ayuda de las mesas táctiles con el fin de comer a su gusto y experimentar una nueva experiencia de satisfacción mediante estas innovaciones.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

INTERNO DE LA EMPRESA	EXTERNO DE LA EMPRESA
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Somos inexpertos• Tenemos que buscar financiación suficiente• La búsqueda de un local que cubra nuestras necesidades	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• El alquiler, la luz, etc.• Que no llame la atención nuestro restaurante y se prefiera lo tradicional
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Nuestras ganas de negocio• El trabajo en equipo• La idea innovadora	Oportunidades mejora <ul style="list-style-type: none">• La demanda del mercado• Ser competentes y aprender de los errores

- **Misión:** En Futurama nos dedicamos al servicio de hostelería con la finalidad de ofertar comidas y cenas en un entorno diferente a lo visto hasta ahora. Acomodado para familias, parejas, grupos o incluso reuniones empresariales, se integra al disfrute de los comensales en pleno Bilbao.

- **Visión:** Queremos ser reconocidos como
 - Un restaurante de calidad
 - Asequible para el público
 - Visionario
 - Una cadena de restaurantes que tenga localización en varias ciudades y países

- **Valores:**
 - AMISTAD
 - Nos unen varios años de compañerismo en el que nos hemos organizado correctamente.
 - CONFIANZA
 - Es una palabra clave que debe guiar las relaciones de toda empresa, pues los objetivos que se persiguen son comunes, y todos debemos trabajar en equipo para alcanzarlos.
 - COMPROMISO
 - Pondremos interés y esfuerzo en aquellos clientes que confían en nosotros para no defraudarles.
 - CALIDAD
 - En este caso intentamos que los productos o servicios ofrecidos sean exclusivos.
 - ORIGINALIDAD
 - Se refiere a las innovaciones, cambios y creaciones tanto en los bienes y servicios, en la metodologías laborables y estrategias.



SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

En Futurama nos dirigimos a clientes que quieran probar nuevas experiencias. Según los diferentes segmentos de mercado nos basamos en las siguientes variables:

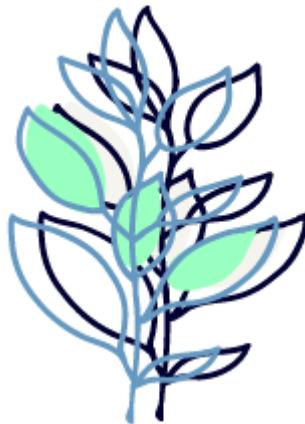
- **Socio-económica:** los precios del restaurante son estándar con lo que se pueden adaptar fácilmente a los requisitos que cumpla cada cliente. Únicamente variarán en caso de aumento o disminución del impuesto de valor añadido "I.V.A." o alguna modificación que consideremos que sea necesaria.
- **Lugar de residencia:** nos situamos a pie de calle localizados en pleno centro de Bilbao, Indautxu, por lo que nadie tendrá dificultades de acceso pues existe la opción del transporte público como es el metro o también se puede llegar a pie. En caso de ser de fuera de Bilbao, hay parkings por la zona, de manera que se pueda aparcar el coche sin ninguna dificultad y sin gastarse mucho dinero al ser unas pocas horas.
- **Fidelidad del producto:** en cuanto a la comida, los clientes contarán con toda información requerida para su cata. Además de que ellos mismos podrán modificar el menú a su gusto con la ayuda de las mesas de tecnología punta contando con el listado de todos los ingredientes a su disposición.
- **Psicográfica:** debido a que el diseño y la finalidad del local es de obtener un enfoque visionario, los clientes deben de estar dispuestos a ello, es decir, en cuanto a personalidad y de mentalidad más abierta pues no se nos puede comparar con los restaurantes tradicionales. Es cierto que los que más disfruten de la experiencia serán los jóvenes o de mediana edad ya que están acostumbrados al uso de tecnologías modernas. Sea quién sea contará con la ayuda del personal para el uso y disfrute de dichos aparatos. Aunque tenemos que recalcar que todo es de fácil manejo así que en caso de la demanda de producto de personas de la tercera edad que quizá les cueste algo más integrarse en el ambiente, contarán con gente a su disposición para una estancia agradable.

Nos basamos en un mercado diversificado el cual se define como aquel que produce diferentes bienes con diferentes características con el objetivo de ofrecer la mayor variedad que sea posible. ¿Cómo lo aplicamos nosotros? Ofrecemos platos poco usuales o no, con la variante de la adición de ingredientes o especias diferentes con la intención de que nuestro paladar guste otro sabor.

DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA

A la hora de sentarnos a pensar el nombre de nuestro negocio inmediatamente estuvimos todos de acuerdo con denominarlo "*Futurama*" pues es una serie que veíamos todos de pequeños y trata sobre la sociedad del futuro con robots, extraterrestres, etc. Como nuestra idea principal es ofrecer un servicio hostelero en un ambiente que sobresalga de lo corriente y nos basamos en ideas inspiradas más al futuro, consideramos que este nombre encajaba perfectamente con nosotros.

futurama



COUNT THE MEMORIES AND NOT THE CALORIES

FORMA JURÍDICA

En nuestra empresa hemos elegido la Sociedad Civil Privada como forma jurídica, ya que se adapta bastante bien a nuestras necesidades.

En una Sociedad Civil Privada se obligan a poner en común dinero, bienes o trabajo, con la intención de realizar una actividad económica y repartir los beneficios, según pactado y según lo que hayan aportado. Se constituye mediante documento privado.

Después de analizar esta forma jurídica es la que más se adapta a nosotros, por sus siguientes características:

- Como pueden ser 2 ó más socios, nosotros seremos cuatro.
- No tenemos que aportar un capital mínimo, lo que nos facilitará poner el dinero que queramos para iniciar el negocio.
- Nuestras responsabilidades serán ilimitadas y personales, por el cual las deudas sociales primero responderá la Sociedad, y después los socios, es decir nosotros, forma ilimitada con todo su patrimonio personal.
- En cuanto a la denominación de la empresa como puede ser cualquier nombre, será Futurama.
- Las sociedades civiles tributaban a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Pero a partir del 01 de enero de 2016 las sociedades civiles de objeto mercantil tributan en el Impuesto sobre Sociedades (IS).



LOCALIZACIÓN

Nuestro restaurante se localizará en la zona de Indautxu exactamente en la Calle Egaña.

- Características básicas del local:
 - Alquiler: 3.000€/mes + IVA
 - 210 m² construidos
 - Segunda mano/buen estado
 - 2 aseos o baños
 - Situado a pie de calle
 - Aire acondicionado
 - Almacén/archivo
- Estos son los siguientes criterios por los que hemos elegido situar nuestro restaurante por la zona de Indautxu (Egaña):
 - Cerca de la demanda de los clientes. Las personas que viven alrededor de la zona de Indautxu suelen tener un poder de adquisitivo alto, ya que nuestro restaurante estará dirigido a estas personas que tengan un salario mínimo y puedan consentirse salir a comer con su familia o amigos.
 - El coste del local. Aunque nuestro local sea un poco caro se ubica en buen lugar en el que es bastante visible para nuestros clientes y así atraeremos sus atenciones ya que está al pie de la calle y en un lugar peatonal por donde pasa bastante gente al día.
 - Facilidad de comunicaciones y comodidad de acceso. Nuestro local se localiza cerca del metro y de las paradas de autobús, alrededor hay sitios para aparcar el coche. El acceso a nuestro restaurante es fácil ya dispondremos de una pequeña rampa lisa para que puedan acceder con facilidad las personas discapacitadas que usan sillas de ruedas o para los carritos de los bebés.
 - Actividades complementarias de alrededor. En esta zona se encuentran también varios restaurantes, es otra razón por la que hemos elegido ubicarla aquí. Así habrá un ambiente acogedor y los demandantes que pasen cerca podrán optar por diferentes opciones. Pero como nuestro restaurante es distinto al de ellos será más llamativo y más gente querría experimentar sensaciones distintas en la que sólo nosotros podemos ofrecerles.



<https://www.idealista.com/inmueble/34561898/>

RECURSOS CLAVE

En Futurama consumimos los siguientes recursos clave:

- **Recursos Físicos.**

En el local consta de mesas electrónicas, sillas, un ordenador para facilitar los pagos, un mostrador, cuadros para ambientar el clima futurista. En la cocina habrá utensilios, extractores, vitrocerámicas, neveras, congeladores, máquinas electrónicas para triturar la comida...

- **Intelectuales.**

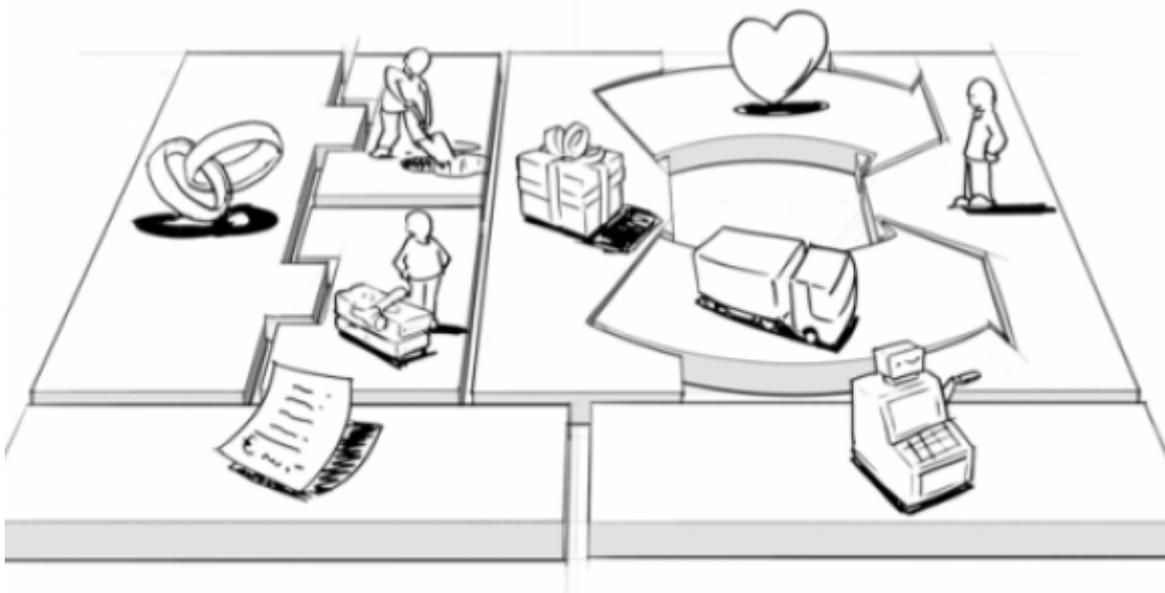
El manejo en la cocina de Jon Iker, el buen trato al cliente de Nanxi, la buena organización de Iratxe y la increíble gestión de Alain.

- **Humanos.**

Empezaremos el negocio con cuatro trabajadores, nosotros. Nos encargaremos cada uno de un proceso de la empresa. Y si el negocio prospera contrataremos más personal.

- **Financieros.**

Para financiar este negocio, aportaremos nuestros propios ahorros y también contaremos con la ayuda de los bancos.



FUENTES DE INGRESOS

Nuestros ingresos principalmente se caracterizarán por ser de pago único pues alcanzaremos unos ingresos fijos al mes que se mantendrán estables. El número de comidas y cenas mensuales se situará en la misma cantidad de reservas con alguna pequeña variación por lo que se dará el resultado de ninguna variación en lo adquirido. Esto se puede dar gracias a la fidelidad de nuestros clientes si el trato recibido es de su agrado y si han disfrutado de una agradable experiencia. Sin embargo en algunos casos los ingresos serán recurrentes porque es posible que tengamos reservas para comuniones, bautizos, cenas de amigos o cualquier acontecimiento que requiera más espacio y preparativos de lo usual. A consecuencia de ello, obtendremos mayores ingresos y al superar la cantidad fija mensualmente los ingresos no serán de pago único.

A su vez, contaremos con otras opciones para obtener la mayor suma de ingresos posible. Es por ello que iniciaremos una cuenta en la aplicación "YOUTUBE" en la cual subiremos a Internet videos de las recetas más exquisitas de nuestro restaurante para que así los que los vean puedan aprender técnicas de cocina y platos innovadores que están revolucionando la cocina de hoy en día. En ellos haremos publicidad de aquellas marcas que cuenten con los mejores productos con los que cocinaremos.

ESTRUCTURA DE COSTES

COSTES FIJOS

- Alquiler del local comercial: 3000 €/mes
- Agua: 100€
- Luz y gas: 53,34 €
- Telefonía móvil e Internet: 80€
- Seguro: 1200€= 100€/mes
- Comunidad: 50€
- Seguridad Social: 1000€
- Salario del personal:
 - 2 cocineros: 1200 € cada uno
 - 2 camareros: 1150 € cada uno
 - 1 maître: 1150 €

TOTAL CF= 10.233,54€

COSTES VARIABLES

Pescado:

- Rodaballo	110,25€/10.5kg (10,50€/kg)
- Merluza	32,45€/5kg (6,49€/kg)
- Bacalao	49,74€/6kg (8,29€/kg)
- Corvina	44,44€/4kg (11,11€/kg)
- Gallo	68,85€/5kg (13,77€/kg)
- Atún	38,40€/4kg (9,60€/kg)
- Lubina	47,25€/5kg (9,45€/kg)
- Dorada	29,75€/5kg (5,95€/kg)

Marisco:

-Centollo	52,80€/3kg (17,60€/kg)
-Cigalas	60,56€/2kg (32,28€/kg)
-Percebes	99,04€/2kg (49,52€/kg)
-Langostinos	91,36€/2kg (45,68€/kg)
-Almejas	36,30€/2kg (18,15€/kg)

Carnes:

- Lomo alto vaca	83,70€/6kg (13,95€/kg)
- Entrecot	74,75€/5kg (14,95€/kg)
- Lomo adobado	19,75€/5kg (3,95€/kg)
- Pollo (traseros)	12,50€/10kg (1,25€/kg)

Verduras:

- Cebolla	7,00€/5kg (1,40€/kg)
- Tomate	14,99€/6kg (2,49€/kg)
- Lechuga	10,91€/caja de 12 (0,90€/ud)
- Ajo	11,97€/2kg (1,49€/250gr)
- Puerro	4,84€/2kg (2,42/kg)
- Pimiento verde	8,97€/3kg (2,99€/kg)
- Pimiento rojo	5,00€/2kg (2,50€/500gr)
- Taquitos jamón	
- Guindillas	10,70€/690gr (5,35€/345gr)
- Cayena	7,40€/540gr (3,70€/270gr)

<http://www.mumumio.com/comprar/verduras-y-hortalizas>

Ingredientes generales:

- Sal gruesa	4,07€/25kg (0,16€/kg)
- Sal fina	4,29€/25kg (0,17€/kg)
- Azúcar	6,80€/10kg (0,68€/kg)
- Aceite de girasol	12,90€/10L (1,29€/L)
- Aceite de oliva	62,10€/15L (4,14€/L)
- Vinagre vino blanco	3,60€/5L (0,72€/L)
- Harina	1,92€/6kg (0,32€/500gr)
- Huevos	29,90€/10cajas (2,99€/caja de 24)
- Ketchup	15,78€/6L (2,63€/L)
- Pasta fideos	4,72€/4kg (0,59€/500gr)
- Pasta macarrones	4,72€/4kg (0,59€/500gr)
- Champiñones	8,25€/3kg (2,75€/kg)
- Mantequilla	4,50€/1,5kg (1,50€/500gr)
- Leche semidesnatada	14,24€/16L (0,89€/L)
- Leche entera	18,00€/24L (0,75€/L)

<http://www.lalistadelacompra.es>

Postres (ingredientes):

- Chocolate	5,25€/875gr (0,75€/125gr)
- Nata	5,40€/950ml (1,35€/250ml)
- Yogurt	5,50€/40uds. (1,10€/8uds.)
- Almendras	3,99€/250gr
- Vainilla	5,34€/1,2kg (5,34€/1,2kg)

Bebidas:

1- Rosado:

- Mateus Rose 39,72€/12uds. (3,31€/ud.)
- Lambrusco 30,48€/12uds. (2,54€/ud.)

2- Blancos:

- Moscato 61,08€/12uds. (5,09€/ud.)

- Rueda 52,08€/12uds. (4,34€/ud.)
- 3- Rioja Tinto:
- Cillar de Silos (2010) 311,04€/24uds. (12,96€/ud.)
 - Chobeo Peciña, Rioja Añada (2006) 266,88€/12uds. (22,24€/ud.)
- 4- Cava:
- Brut Nature Cuvee gran reserva 107,34€/6uds. (17,89€/ud.)
 - Brut Reserva Magnum Sumarroca 132,66€/6uds. (22,11€/ud.)

https://www.ulzama.es/web/catalogo/index.php?category_id=2

Refrescos 20,64€/48latas (0,43€/lata)

Gaseosa 7,56€/14botellines (0,54€/botellín)

Agua (Sant Aniol) 112,80€/60uds. (1,88€/ud.)

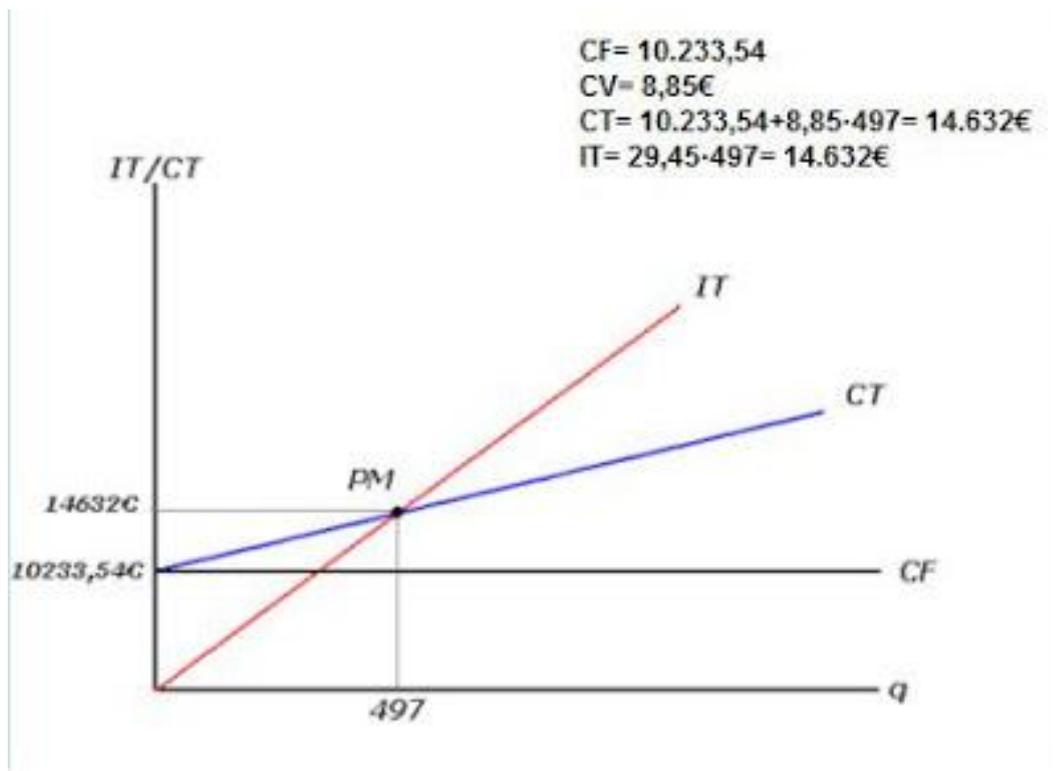
https://www.ulzama.es/web/catalogo/index.php?category_id=2

Pan:

- Bollo 15,00€/60uds. (0,25€/ud.)
- De ajo 18,00€/20 uds. (0,90€/ud.)
- Baguette 15,00€/30 uds. (0,50€/ud.)

Menú estándar (válido para el cálculo de costes):

Croquetas	0,85€/ración
Bacalao al Pilpil	2,80€/ración
Brownie	0,48€/ración
Ración de pan	0,25€/bollo
Botella de agua	1,88€/botella
Vino Tinto Cillar de Silos	2,59€/copa



TOTAL CV= 8,85€

Beneficios

COMENTARIO

El punto muerto es la cantidad de producción en la cual se igualan los costes totales y los ingresos totales, es decir, es la cantidad de producción a partir de la cual la empresa empieza a obtener beneficios.

El supuesto de partida es el siguiente:

1. La cantidad fabricada es igual a la cantidad vendida.
2. La función de coste total es creciente, continua y afín con su ordenada en el origen.
3. La función de ingreso total es creciente, continua y lineal.
4. El precio debe ser mayor que el coste variable porque sino la empresa perderá dinero

El resultado del punto muerto es de 497 menús estándar tras resolver las funciones de ingreso y costes totales (IT y CT). Esto quiere decir que el umbral de rentabilidad de nuestro negocio se sitúa entorno a los 497 menús.

CARTA

ENTRANTES

-Ensalada mixta	6,20€
-Pudin de marisco	7,50€
-Hongos (boletus edulis) al oporto caramelizado	12,90€
-Revuelto de setas sobre hojaldre	12,50€
-Croquetas ibéricas caseras	6,90€
-Sopa de pescado y marisco	8,70€

PLATO

-Merluza con jugo de mejillones	24,50€
-Ragout de vieiras a la brasa	19,00€
-Bacalao al Pilpil	12,60€
-Txipirones en su tinta	12,00€
-Chuleta de buey (500 g)	16,50€
-Mollejas de corazón de ternera salteadas	10,50€
-Anchoas a la plancha	8,00€

POSTRES

-Brownie	3,95€
-Crêpes con nata y chocolate*	4,20€
-Crema de naranja con nitrógeno líquido y dulce de leche	17,00€
-Capricho de hinojo, fresas y tomate	10,00€
-Cuajada de oveja con esferificación de mango (falso huevo frito)	10,50€
-Flan de queso napolitano	5,20€
-Pastel vasco	4,00€
-Arroz con leche	3,00€
-Yogurt varios	2,95€

**se pueden añadir ingredientes: plátano, fresa, etc.*

CARTA DE VINOS

Rosados

-Pago del Vicario	10,00€
-Val-Ventos	12,50€
-Castillo Montjardín	14,00€
-Mateus Rose	10,00€

Blancos

-Enate	15,00€
-Mar de Frades	18,00€
-Mantel Blanco	12,00€
-Bornos	12,00€

Rioja Tinto

-Cillar de Silos	16,00€
-Piérola	16,00€
-Muga	18,50€
-Viña Alberdi	18,00€

Cava

-Anna de Codorniu	12,50€
-Brut Barroco Freixenet	13,00€

BEBIDAS

-Agua ½ L.	1,75€
-Agua 1 L.	2,50€
-Refrescos	2,90€
-Gaseosa	1,80€

PAN

-De ajo	2,95€/6 uds.
-Baguette	1,90€
-Bollo	2,10€/6 uds
-Integral	2,50€

MENÚ INFANTIL

ENTRANTE

-Sopa de pollo, verdura	6,50€
-Macarrones con tomate*	5,90€
-Espaguetis con tomate o carbonara*	7,25€
-Arroz a la cubana con huevo	6,90€

**posibilidad de añadir queso*

PLATO

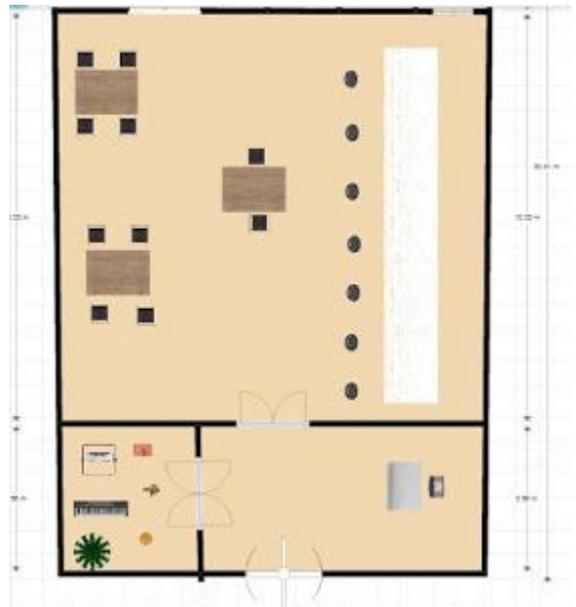
-Carne con patatas	11,50€
-Gallos (pescado)	6,60€
-Chuletas con patatas	12,00€
-Alitas de pollo	7,80€

POSTRES

-Tres bolas helado con barquillo	4,80€
-Yogurt bebible	2,50€
-Bizcocho casero	4,80€

https://docs.google.com/forms/d/1VmGF37_zNAwe3aktIxLZSFvvyiNXIoR5yK8PeNmgov0/edit

PLANO DE LAS INSTALACIONES



A continuación os presentamos los planos de nuestras instalaciones:

Entrando por la puerta principal podemos apreciar un recibidor donde la atención al cliente será lo primordial, en este lugar se podrán hacer reservas al igual que se recogerán quejas las cuales se tendrán en cuenta. Ala izquierda podemos encontrar una sala de juegos donde los más pequeños de la casa podrán realizar tareas y actividades infantiles como jugar, pintar, etc.

Más adelante, entramos en el comedor que consta de varias mesas y una larga y amplia mesa donde podrás disfrutar de un tentempié. Si tiene la necesidad de ir al servicio sólo tendrá que cruzar la puerta que se encuentra al lado de la barra. La cocina se encuentra detrás del comedor y consta de un extractor, varios hornos, fregaderos, neveras, frigoríficos, vitrocerámicas y varios utensilios de cocina.

Por último, nuestro local también consta de un almacén donde se podrán depositar los alimentos no necesarios en ese mismo momento. Solamente tendrán acceso a ese almacén los cocineros del local.

ACTIVIDADES CLAVE

PLAN DE MARKETING

- Encuesta/Cuestionario

Nuestros objetivos antes de iniciar la encuesta son plantearnos si realmente la gente estaría dispuesta a experimentar un servicio que no le dé simplemente importancia a la calidad del servicio, sino también a la estética. Puesto que a lo que nos queremos dedicar no es muy usual ni corriente, queremos apostar por lo diferente. En base a la edad y a los restaurantes que se frecuentan, nos gustaría hacernos una idea y una aproximación a lo que tenemos en mente.

Por ello, con una serie de preguntas sobre si los ciudadanos nos darían una oportunidad, qué es aquello que consideran más relevante, si creen que Bilbao podría acoger un restaurante como el nuestro, etc. averiguaremos el camino que vamos a tomar y a la vez, nos publicitaremos comenzando a darnos a conocer.

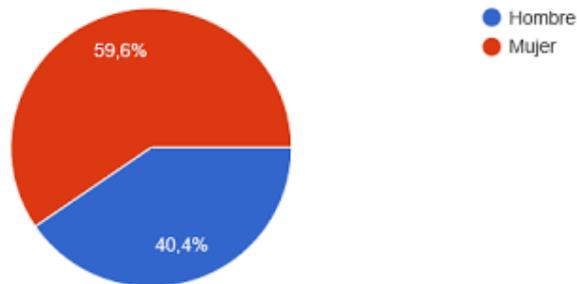
A continuación mostraremos los datos logrados por el cuestionario.

Gracias a ellos hemos podido conocer los diferentes gustos y preferencias de la gente que nos ha respondido. El cuestionario que hemos realizado está compuesto por diez preguntas que mostrarán la frecuencia con la que acude a un restaurante, los restaurantes más frecuentados y preferentes y el lugar que podría tener un restaurante como el nuestro en Bilbao.

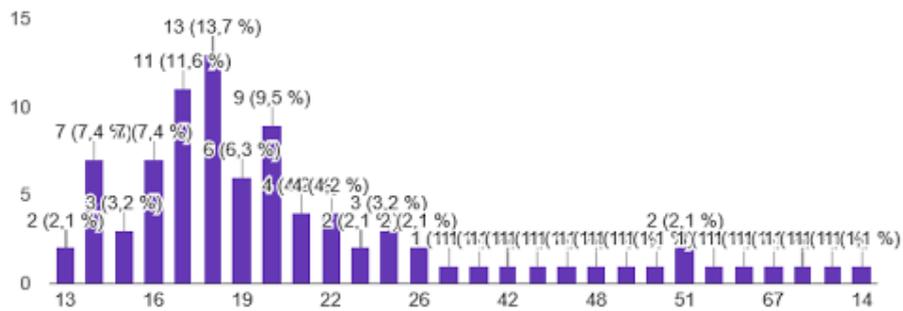
Debido a unos problemas técnicos, lamentablemente no se han podido mostrar dos porcentajes en la cuestión: ¿Con qué frecuencia visita un restaurante?

- Diariamente: 4.2%
- Varias veces a la semana: 7.3%

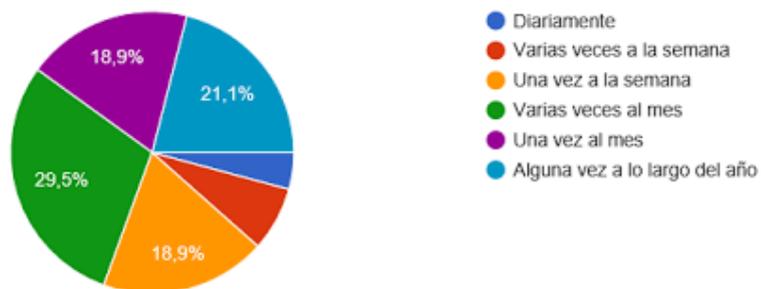
Sexo (94 respuestas)



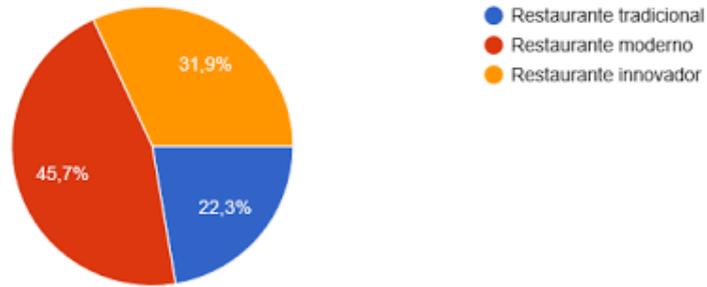
Edad (89 respuestas)



¿Con que frecuencia visita un restaurante? (95 respuestas)



¿Que prefiere un restaurante tradicional, moderno o innovador? (94 respuestas)



¿Que restaurante suele frecuentar? (58 respuestas)

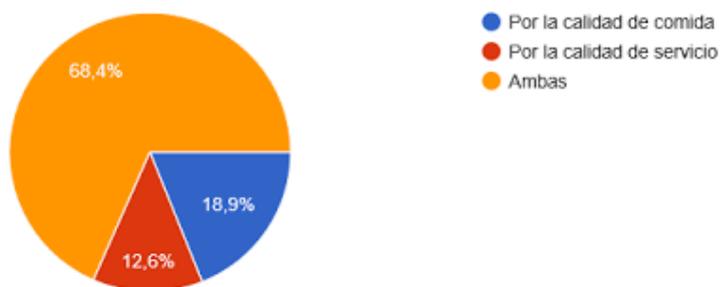
A horizontal bar chart showing the most frequented restaurants among 58 respondents. The bars are arranged in descending order of frequency. The bars are light purple with a darker purple border. A vertical scrollbar is visible on the right side of the chart.

restaurante chino
Jandiola
La parrilla
Kebab y Burguer King
Simon
Coppola
Passarella
La cata

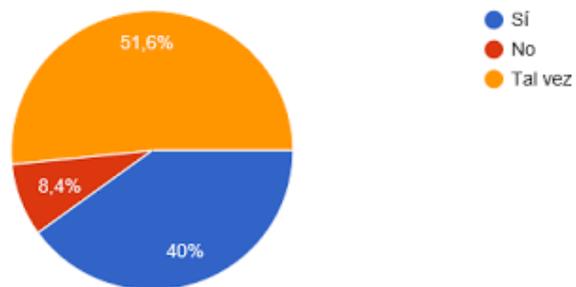
¿Que elementos le influyen en la elección de un restaurante? (95 respuestas)



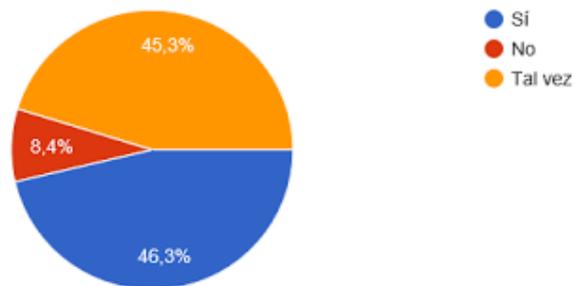
¿Por qué regresaría usted a un restaurante? (95 respuestas)



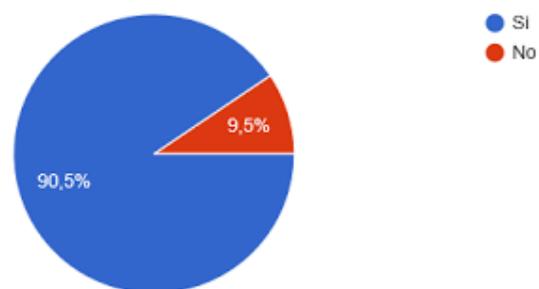
¿Le gustaría probar nuestro servicio innovador? (95 respuestas)



¿Cree que en Bilbao hay sitio para lo innovador? (95 respuestas)



¿Le daría oportunidad a un restaurante innovador? (95 respuestas)



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para determinar cómo nuestro proyecto se va a comunicar, alcanzar y entregar la propuesta de valor a los clientes, emplearemos los siguientes **canales de distribución**:

- **COMUNICACIÓN**

Con el fin de darnos a conocer y captar la atención de los consumidores imprimiremos folletos informativos de los menús, localización, servicio y atención, que serán repartidos principalmente por la zona donde nos situamos, es decir, Indautxu, y secundariamente por el resto de la ciudad.

De la misma manera, contamos con este blog donde los clientes podrán despejar cualquier tipo de duda y ponerse en contacto con nosotros.

Utilizaremos las redes sociales como recurso para presentarnos ya que esta herramienta nos será útil debido a su uso entre la población, como puede ser Facebook, Twitter o Instagram. Estas plataformas nos ayudarán a compartir fotografías del interior y exterior del local, precios, ofertas, etc.

Podremos sacar provecho de nuestra principal vía de atracción, las mesas táctiles, para elaborar los menús al gusto de cada uno. En ellas proporcionaremos imágenes, datos extra e incluso el lema de Futurama.



- **DISTRIBUCIÓN**

Ya que comunicaremos el menú del día o los platos a elegir mediante las pantallas o mesas táctiles, distribuiremos la comida con los camareros con mucha precisión y atención para la comodidad y satisfacción del cliente.

Al elegir el menú de una manera totalmente tecnológica y al ser enviado a la cocina una vez seleccionados los productos y condimentos, hasta que se sirva en mesa, los clientes optarán con la opción de ver un mini-video de la preparación del plato o bien de donde provienen los productos empleados., su elaboración e incluso cómo han llegado al restaurante hasta llegar a sus platos.

- **VENTA**

Tras haber distribuido la comida por todos nuestros comensales, toca analizar la venta. Nuestro local contará con un servicio innovador de pago en el que el cliente podrá pagar a través de un teléfono móvil, si así lo desea, contratado por su compañía móvil. También se podrá pagar de la manera más tradicional que conocemos, el pago en efectivo.



PUBLICIDAD

- **BRIEFING**

En este apartado, comunicaremos a la agencia publicitaria los datos relativos necesarios para conseguir los resultados que queremos obtener como empresa.

INFORMACIÓN GENERAL:

Somos una empresa gastronómica innovadora, pionera en los servicios que ofrecemos, localizados en Indautxu, pleno centro de la villa bilbaína. Situados en un punto estratégico, contamos con el acceso y utilidad del metro a escasa distancia del local facilitando así, la llegada de los clientes.



RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Nuestra relación con los clientes va a ser mayoritariamente personal y automatizada. Al tratarse el negocio de un restaurante, habrá camareros para interactuar con los clientes de una forma cercana y cómoda con el fin de estar a su entera disposición y serles útil en todo lo posible. Igualmente, contamos con una página web mediante la cual será más fácil obtener información acerca de nosotros antes de acudir al local o reservar mesa, en caso de querer más opiniones o recomendaciones. Existe la posibilidad de reservar hora y sitio mediante un teléfono de contacto proporcionado o bien vía informativa haciendo todos los trámites por la página web señalada anteriormente, confirmando la reserva por correo electrónico.



ALIANZAS CLAVE

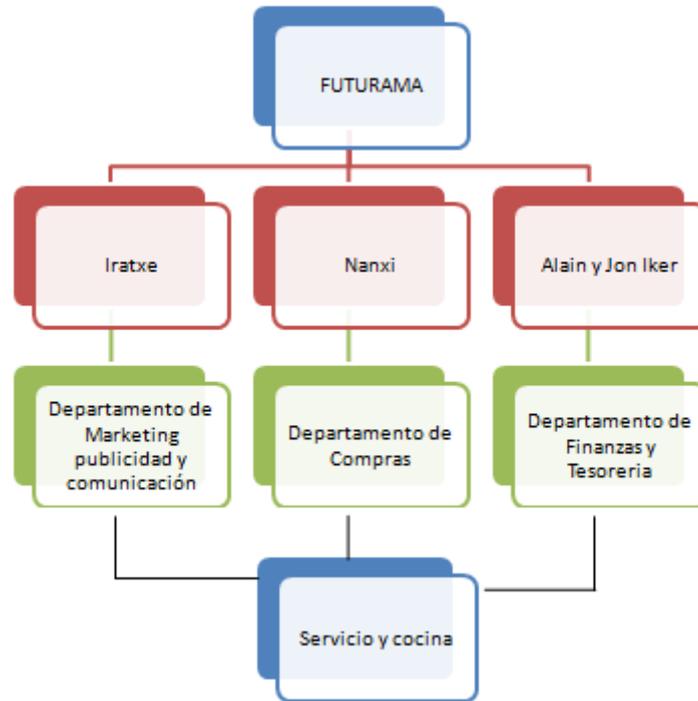
Una **alianza clave** es un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente.

En nuestro caso, en el mundo de la gastronomía es muy importante saber hacer una buena elección de proveedores para garantizarnos la gestión de nuestro restaurante. Es necesario elegir aquel que nos ofrezca mejores opciones y plazos de pago (cuanto más tiempo de pago nos dejen, nos beneficiará mucho más), que muestre la mejor calidad, que sea rápido el proceso desde el momento de selección del pedido hasta que nos llegue y que sea eficiente. Y también tenemos que fijarnos en aquel que vaya a ser más rentable para el negocio.

En las alianzas claves de nuestro restaurante aparte de dedicarnos a buscar buenos proveedores, tenemos que ofrecer un trato agradable y digno a los trabajadores y a los consumidores. Todo esto nos ayudará a poder aumentar nuestra producción, lo que equivaldría a una incrementación en los ingresos.



ORGANIGRAMA



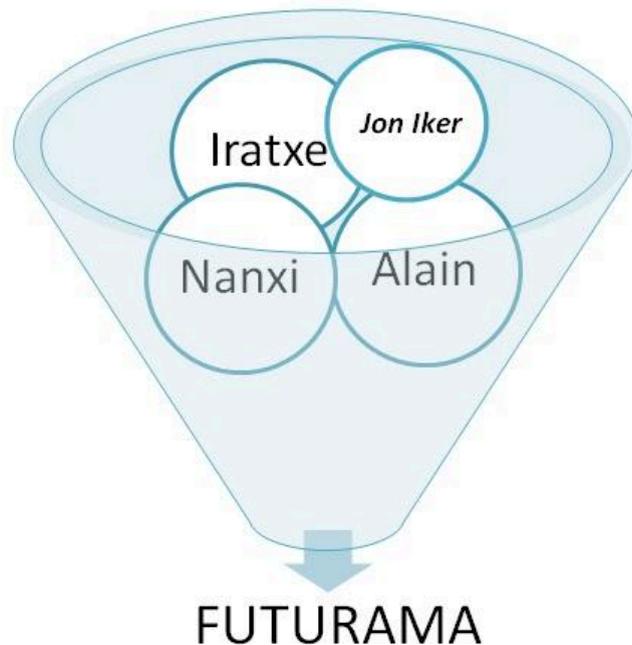
Este podría ser el organigrama de nuestra empresa Futurama:

Alain, Jon Iker, Iratxe y Nanxi hemos aportado el capital inicial para que pueda llevarse a cabo la creación de nuestra empresa y cada uno de nosotros cumpliremos una función específica.

- Iratxe se encargará del departamento de Marketing y publicidad que se basa en manejar y coordinar las estrategias de venta.
- Nanxi cumplirá la función del departamento de compras con el objetivo de establecer la política de compras de la organización en coordinación con el área productiva y el área financiera.
- Alain y Jon Iker realizarán la función del departamento de finanzas y tesorería que se encargan de la gestión de los cobros, realización de los pagos a proveedores, control del cumplimiento de las condiciones bancarias, pagos de nóminas, gestión y cobertura de riesgo, etc.

Situados por debajo se hallarían el resto de trabajadores como servicio y cocineros.

ORGANIZACIÓN Y ESTILO DE DIRECCIÓN



En Futurama creemos que un organigrama que encajaría mejor con los valores que representan nuestra empresa sería este. Ya que pensamos que tanto los jefes como los trabajadores son importantes para el buen funcionamiento de la empresa. De hecho, tanto los jefes como los trabajadores son igual de importante, por lo que, todos trabajan con una meta en común y se se ayudan unos a otros con el objetivo de mantener un buen ambiente de trabajo.

Para el buen funcionamiento del restaurante todos los miembros nos reuniremos a las mañanas con el fin de comunicarles al servicio y cocineros el plan del negocio del mismo día. Otro fin es el de mantener una buena relación entre los jefes y trabajadores, en la que todos podemos dar nuestra opinión libremente para alcanzar un objetivo común.

GESTIÓN DE PROVEEDORES

Para el desarrollo de un negocio es importante establecer una relación proveedor-cliente. Nuestro proveedor principal será Merca Bilbao, a donde acudiremos para hacer los pedidos en persona y así elegir la mejor calidad que se nos oferte.

Puesto que en nuestro restaurante ofrecemos una amplia variedad de pescado y marisco, iremos puesto por puesto eligiendo el más fresco y que mejor se conserve para el congelado.

En cuanto a los productos cárnicos, si son autóctonos mejor y sino de la mejor condición para el disfrute de nuestros clientes. Al igual que los productos anteriormente comentados, intentaremos escoger los más birujis.

En general, nos gustaría que los proveedores nos vendieran aquellos productos de ámbito local para así fomentar el mercado y el desarrollo de la economía de los alrededores.



GESTIÓN DE LA COMPETENCIA

1. Objetivos de un análisis de la competencia:

Hay cuatro objetivos que debemos tener en cuenta a la hora de plantearnos una investigación para estudiar y analizar a nuestros competidores:

1. Saber dónde y con quién competimos realmente: no fiarnos de las primeras impresiones, nos conviene siempre profundizar un poco para identificar bien a nuestros competidores más reseñables y sobre todo para llegar a conocer quién está haciendo las cosas bien, quién no y cuáles son las tendencias del mercado.
2. Identificar oportunidades de negocio: es difícil pero quizás identifiquemos una parte del mercado mal atendida por nuestra competencia.
3. Detectar elementos en los que diferenciarnos: si entramos en un mercado donde ya están otros competidores tendremos que ofrecer algo diferente e innovador para que nuestros clientes decidan irse con nosotros.
4. Prever la reacción de nuestra competencia: la creación de nuestro negocio puede provocar una reacción de nuestra competencia, sobre todo si nos quitan la clientela, por lo que es conveniente tratar de anticiparnos y prever su reacción.

2. Técnicas para el análisis de la competencia

1. Visitar las webs y redes sociales de nuestros competidores.
2. Analizar a los líderes del mercado: dedicaremos un tiempo adicional a profundizar en el análisis de la estrategia comercial de las empresas líderes en el mercado.
3. Tabla de puntos fuertes y débiles: prepararemos en una o dos páginas una tabla comparativa donde recopilaremos los puntos fuertes y débiles de cada competidor.
4. Visitar a nuestra competencia: visitaremos a nuestros principales competidores y realizaremos una tarea de observación con un guión preparado que incluya todos aquellos aspectos que nos conviene conocer. El cuestionario es el siguiente:

Precios.	
Tráfico de clientes.	
Tipología y perfil de clientes.	
Reputación y satisfacción de la clientela.	
Sistema de venta y distribución.	
Dimensión y aspecto del local.	
Atractivo de la calle.	
Horarios de apertura.	
Antigüedad.	
Número de empleados.	
Presencia de los dueños.	
Proveedores con los que trabaja.	
Ritmo de rotación de existencias.	
Capacidad económica.	

Y por último, para no cometer los errores habituales no debemos subestimar a nuestra competencia, no podemos olvidarnos de la competencia indirecta y no debemos fijarnos de la intuición y primera impresión.

Fuente:<http://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/analisis-de-la-competencia-en-tu-estudio-de-mercado/>

ANÁLISIS VARIABILIDAD FINANCIERA

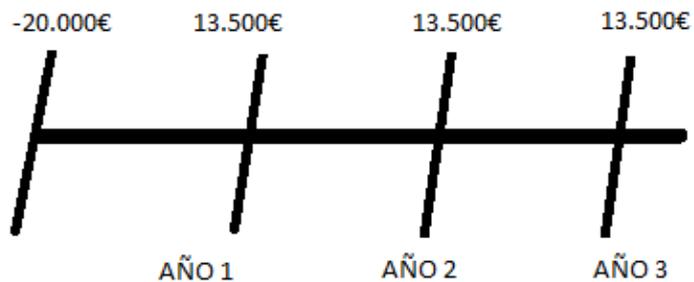
PROYECTO EMPRESARIAL

PROYECTO A

D.I.	20.000€
Cobros anuales	156.00€
Pagos anuales	142.500€
Duración temporal	3 años
Rentabilidad neta	7%
Inflación	3%

PAY-BACK

D.I.	20.00€
F1	156.000€ - 142.500€ = 13.500€
F2	13.500€
F3	13.500€



Año 1 = recuperamos 13.500€/ faltan 6.500€
Año 2 = recuperamos 27.000€/ sobran 7.000€
Año 3 = recuperamos 40.500€/ sobran 20.500€

$$\begin{array}{r} 12 \text{ ----- } 13.500 \\ x \text{ ----- } 6.500 \end{array}$$

$$x = 5,77$$

1 año y 6 meses

V.A.N

D.I. 20.000€

F1 13.500€

F2 13.500€

F3 13.500€

$$V.A.N. = -20000 + \frac{13500}{1,07 \times 1,03} + \frac{13500}{(1,07 \times 1,03)^2} + \frac{13500}{(1,07 \times 1,03)^3} = \mathbf{13.448,76€}$$

PROYECTO B

D.I. 33.000€

Duración temporal 4 años

Rentabilidad neta 7%

Inflación 3%

CANTIDAD	
AÑO 1	5.800
AÑO 2	6.100
AÑO 3	6.250
AÑO 4	6.400

Año 1 CT= 94.800 + 8,9 x 5800= 146.420
IT= 5800 x 29= 168.200
168.200 - 146.420= **21.780 F1**

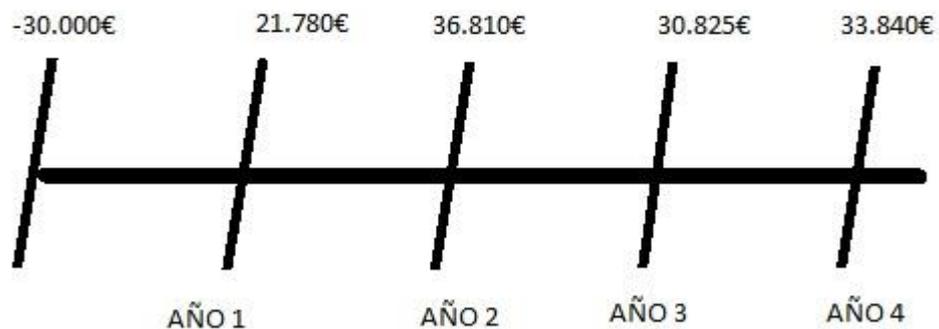
Año 2 CT=94.800 + 8,9 x 6100= 149.090
IT= 6100 x 29= 176.900
176.900-149.090= **36.810 F2**

Año 3 CT=94.800+ 8,9 x 6250= 150.425
 IT= 6250 x 29= 181.250
 181.250 - 150.425= **30.825 F3**

Año 4 CT=94.800 + 8,9 x 6400= 151760
 IT=6400 x 29= 185.600
 185600 - 151760= **33.840 F4**

PAY-BACK

D.I. 30.000€
 F1 21.780€
 F2 36.810€
 F3 30.825€
 F4 33.840€



Año 1= recuperamos 21.780€/ faltan 11.220€

Año 2= recuperamos 58.590€/ sobran 25.590€

$$\begin{array}{r}
 12 \text{ -----} 36.810 \\
 x \text{ -----} 11.220
 \end{array}$$

x= 3,65 meses 1 año y 4 meses

V.A.N.

D.I.	33.000€
F1	21.780€
F2	36.810€
F3	30.825€
F4	33.840€
Rentabilidad neta	7%
Inflación	3%

$$V.A.N. = -33.000 + \frac{21.780}{1,07 \times 1,03} + \frac{36.810}{(1,07 \times 1,03)^2} + \frac{30.825}{(1,07 \times 1,03)^3} +$$

$$\frac{33.840}{(1,07 \times 1,03)^3} = \mathbf{63.032,59}$$

PMME Y PMMF

El restaurante Futurama compró y consumió el año pasado, para la fabricación de sus platos, 52.781,4€ de materias primas y, por término medio, mantuvo un nivel de existencias de las mismas en almacén de 1.030€. El volumen de ventas, valoradas por supuesto al precio de venta de los productos, fue de 172.956€, y por término medio, los clientes no mantuvieron una deuda con la empresa al ser un servicio de pago directo. Otros datos relativos de la empresa, valorados todos ellos según son coste, son los siguientes:

- Al contar con una producción instantánea, el valor de la producción anual será 0.
- Las ventas anuales son 0 ya que no almacenamos los productos terminados en la nevera, sino que se producen para vender al momento.
- El nivel medio de las existencias en el almacén de productos terminados es 0 por la misma razón anteriormente mencionada.
- Por término medio se pagará a nuestros proveedores cada 3 días.

$$N_a \left\{ \begin{array}{l} - \text{Consumo materias primas} = 52781,4\text{€} \\ - \text{Existencias medias MP} = 1030\text{€} \end{array} \right.$$

$$N_c \left\{ \begin{array}{l} - \text{Venta} = 172956\text{€} \\ - \text{Deudas clientes} = 0\text{€} \end{array} \right.$$

$$N_f \left\{ \begin{array}{l} - \text{Producción anual} = 0\text{€} \\ - \text{Producción en curso} = 0\text{€} \end{array} \right.$$

$$N_v \left\{ \begin{array}{l} - \text{Ventas anuales (a precio coste)} = 0\text{€} \\ - \text{Productos terminados} = 0\text{€} \end{array} \right.$$

$$N_p \left\{ \begin{array}{l} - \text{Compras materias primas} = 52781,4\text{€} \\ - \text{Deudas con los proveedores} = \end{array} \right.$$

$$P_{mp} = 3 \text{ días.}$$

$$\underline{Pma} = \frac{360}{Na} = 7.02$$

$$Na = \frac{52781.4}{1030} = 51.24$$

$$\underline{Pmc} = \frac{360}{Nc} = 0$$

$$Nc = \frac{172956}{0} = 0$$

$$\underline{Pmf} = \frac{360}{Nf} = 0$$

$$Nf = 0$$

$$\underline{Pmv} = \frac{360}{Nv} = 0$$

$$Nv = 0$$

BALANCE INICIAL

FUTURAMA			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	81.699,00 €	PATRIMONIO NETO	10.819 €
INMOVILIZADO INTANGIBLE	0,00 €	FONDOS PROPIOS	
INMOVILIZADO MATERIAL	81.699,00 €	(1) C S	10.819 €
(2) Maquinaria	35.000 €		
(2) Mobiliario	900 €		
(2) EPI	9.243 €	PASIVO NO CORRIENTE	74.000 €
(2) Otro inmovilizado material	556 €	DEUDAS A L/P	
(2) Construcciones	36.000 €	(170) Deudas a L/p ent cto	74.000 €
INVERSIONES INMOBILIARIAS	0 €		
INVERSIONES FINANCIERAS L/P	0 €	PASIVO CORRIENTE	31.380 €
ACTIVO CORRIENTE	34.500 €	DEUDAS A C/P	
EXISTENCIAS		(520) Deudas a C/p ent cto	6.000 €
(3) Mercaderías	10.000 €		
DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A COBRAR	0 €	ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS DEUDAS A PAGAR	
		(4) Proveedores Ef C a pagar	14.690 €
INVERSIONES FINANCIERAS A C/P	0 €	(4) Proveedores	10.690 €
EFFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES			
(57) Bco e inst cto c/c	23.500 €		
(57) Caja €	1.000 €		
TOTAL ACTIVO	116.199 €	TOTAL PASIVO	116.199 €

FUTURAMA

Para llevar a cabo nuestra actividad pagaremos 36.000€ al año lo que equivale a 3.000€ al mes de alquiler.

La empresa Futura se dedicada a la gastronomía, es un restaurante más innovador y posee el siguiente patrimonio:

- ❖ Maquinaria 35.000€
- ❖ Mobiliario del restaurante como mesas, sillas, estanterías... 900€
- ❖ Equipo informático en la se incluyen los cuatro portátiles, el monitor táctil y las cuatro mesas táctiles 9.243€
- ❖ Otro inmovilizado material donde se encuentran la compra de los cubiertos, vajilla... del restaurante 556€
- ❖ Local donde se lleva a cabo la actividad de la empresa 36.000€
- ❖ Posee mercaderías en el almacén 10.000€
- ❖ Dinero depositado en cuentas corrientes bancarias 23.500€
- ❖ Dinero líquido en la caja de la empresa 1.000€
- ❖ Aportaciones realizadas por el empresario 10.819€

- ❖ La empresa tiene una deuda a largo plazo con el banco ING de 74.000€ con un interés de 5,3% a deber en 7 años.
- ❖ Deudas a corto plazo con el banco Guipuzcoano de 6.000€ a devolver en 8 meses.
- ❖ Unas letras a pagar a los proveedores por valor de 14.690€
- ❖ Una deuda con los proveedores por un valor de 10.690€

Fondo de maniobra

FONDO DE MANIOBRA	
Activo	Pasivo
ANC	FB
AC	PC
$FM = FB - ANC$	$FM = 84819 - 81699 = 3120$
$FM = AC - PC$	$FM = 34500 - 31380 = 3120$

Desde el punto de vista de la liquidez, definimos el fondo de maniobra como aquellos recursos líquidos de la empresa (activo corriente) que exceden las obligaciones a corto plazo de la empresa (pasivo corriente). Una vez calculado el fondo de maniobra de "Futurama", observamos desde ese punto de vista que el resultado es positivo, lo que se traduce en que la empresa cuenta con suficientes recursos para hacer frente a las deudas a corto plazo.

Por otro lado, desde el punto de vista financiero lo definimos como la cantidad en que los capitales permanentes que financia la actividad de la empresa exceden a los activos fijos. El resultado es positivo, 3120€ lo que significa que "Futurama" tiene suficientes capitales a largo plazo para financiar el inmovilizado, (Activo no corriente), y parte de las existencias, (Activo Corriente). Después de esta 1ª evaluación, aparentemente parece que el FM no es demasiado grande en comparación al AC por lo que podría decirse que no hay C.D.

Análisis de ratios

- Ratio de disponibilidad

Puede hacer frente al 78% de las deudas a corto plazo por lo que cuenta con demasiado dinero disponible

- Ratio de tesorería

Existe una falta de capacidad para hacer frente a deudas a l/p.

- Ratio de liquidez

El resultado sobrepasa una décimas los rangos establecidos por lo que la empresa tiene un problema de solvencia.

- Ratio de garantía

La empresa tiene muchas posibilidades de entrar en quiebra ya que el activo no puede hacer frente al exigible.

- Ratio de autonomía financiera

La empresa no tiene autonomía para tomar decisiones a la dependencia de los acreedores exteriores.

- Ratio de endeudamiento

La empresa está muy sobreendeudada, habría que reducir deudas.

- Ratio de calidad de la deuda

La empresa tiene calidad de deuda lo que aporta estabilidad.

- Ratio de inmovilizado

La empresa tiene un fondo de maniobra negativo y podríamos afirmar que la empresa se encuentra en una situación de suspensión de pagos.

Comentario de Ratios

Después de haber analizado los ratios de la empresa "Futurama" observamos que la mayor parte de los ratios son negativos.

La disponibilidad inmediata de la organización es negativa al estar utilizando el 78% de su disponible para pagar sus deudas a corto plazo. Asimismo es negativa ya que el porcentaje recomendado es entre el 10% y el 40%. esto podría conllevar una pérdida de valor en caso de inflación.

En el caso de la tesorería, el porcentaje 73% se encuentra por debajo de lo recomendado 80%-100%. Este dato muestra que el fondo de maniobra de la

empresa no es suficiente lo que provoca ciertos problemas de solvencia en la empresa.

El porcentaje de liquidez sobrepasa los porcentajes establecidos(150-180%). Este dato muestra que la organización dispone de demasiados activos corrientes para saldar las deudas a corto plazo.

En el caso de la garantía de endeudamiento el porcentaje de la organización es muy alto 900% lo que supone que la empresa esta sobreendeudada y que debería cerrar deudas.

En el caso de la autonomía financiera el porcentaje está dentro de los rangos establecidos lo que quiere decir que la empresa tiene una buena calidad de deuda lo que aporta estabilidad a la organización.

Finalmente, el ratio de inmovilizado tiene unas cifras negativas por lo que podríamos decir que la empresa se encuentra en una situación de suspensión de pagos.

Tras analizar los ratios de la empresa "Futurama" podríamos proponer una serie de soluciones para mejorar los ratios con resultados negativos.

En cuanto a la disponibilidad inmediata la empresa debe de invertir parte del líquido, como por ejemplo adquirir inmovilizado lo que haría que la empresa tuviera una mayor estructura económica, incrementaría su producción o invertir parte de su exceso de tesorería en activos financieros.

Otro problema es el del ratio de endeudamiento ya que la empresa está sobreendeudada para solucionarlo y equilibrar el patrimonio la empresa debe ampliar el capital, reconvertir deudas en capital o solicitar subvenciones.

Cash-Flow

En finanzas se entiende por flujo de caja o flujo de fondos los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado. Por ello, es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo concreto y determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

A continuación se muestra el flujo de caja de Futurama en el primer año:

Meses	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Dinero líquido al inicio (caja y bancos)	24.500,0	59.250,0	59.592,5	80.527,2	71.526,9	74.692,3	133.329,6	88.355,1	52.700,9	51.234,0	82.109,0	85.963,7	944.308,4
Suma de cobros (entradas de efectivo)	46.288,9	50.609,3	53.603,7	62.578,2	65.561,1	68.604,8	90.179,7	89.571,5	77.281,2	68.658,8	73.108,9	77.360,5	823.406,5
Suma de pagos (salidas de efectivo)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Flujo de caja neto (cobros - pagos)	46.288,9	50.609,3	53.603,7	62.578,2	65.561,1	68.604,8	90.179,7	89.571,5	77.281,2	68.658,8	73.108,9	77.360,5	823.406,5
Dinero líquido al final (caja y bancos)	70.788,9	121.398,2	175.001,9	237.580,1	303.141,2	371.745,9	461.925,7	551.497,2	628.778,4	697.437,2	770.546,0	847.906,5	847.906,5
Flujos operativos	39.388,5	43.708,9	46.703,3	55.677,8	58.660,7	61.704,4	83.279,3	82.671,1	70.380,8	61.758,4	66.208,5	70.460,1	740.601,6
Cobros por ventas al contado	23.678,9	27.162,9	29.577,8	35.725,0	38.019,5	40.360,8	53.200,0	52.756,0	47.035,0	40.402,4	43.825,5	47.096,0	478.839,6
Cobros por ventas a plazo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pagos de nóminas	5.850,0	5.850,0	5.850,0	5.850,0	5.850,0	5.850,0	8.200,0	8.200,0	5.850,0	5.850,0	5.850,0	5.850,0	74.900,0
Pagos de aportes a la seguridad social	1.885,0	1.885,0	1.885,0	1.885,0	1.885,0	1.885,0	2.642,2	2.642,2	1.885,0	1.885,0	1.885,0	1.885,0	24.134,1
Pagos a proveedores	2.415,0	2.415,0	2.415,0	2.415,0	2.415,0	2.415,0	2.615,0	2.615,0	2.415,0	2.415,0	2.415,0	2.415,0	29.380,0
Pagos de arrendamientos	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	3.000,0	36.000,0
Pagos de servicios públicos	43,3	43,3	43,3	43,3	43,3	43,3	43,3	43,3	43,3	43,3	43,3	43,3	520,0
Pagos de impuestos	2.516,30	3.352,70	3.932,3	6.759,5	7.447,9	8.150,3	13.578,8	13.414,6	10.152,5	8.162,7	9.189,7	10.170,8	96.828,0
Flujos financieros	6.900,4	82.804,9											
Pagos de intereses	366,9	366,9	366,9	366,9	366,9	366,9	366,9	366,9	366,9	366,9	366,9	366,9	4.402,9
Pagos de préstamos bancarios	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	6.533,5	78.402,0

Primeramente podemos observar cómo todo está dividido en meses según transcurre el año. Comenzaremos con 24.500€ en caja y banco y a medida que avanza el tiempo ese dinero irá incrementando. No obstante, a mitad de año el dinero líquido baja pero a partir de noviembre comienza a remontar. De igual manera, las entradas de efectivo irán en aumento siendo el resultado 823.406,5€. Además, tanto el flujo de caja como el dinero líquido al final tendrá un movimiento ascendente pues el dinero irá incrementándose.

Por un lado están los flujos operativos, en los que podemos observar que los cobros se realizarán al momento pues nuestro negocio es un restaurante. El número de empleados aumentará en dos personas en los meses de verano es por ello que habrá que pagar más a la Seguridad Social. Los pagos a los proveedores se mantendrán constantes durante el año puesto que no habrá variaciones en la carta. De esa manera, las cantidades y el tipo de pedido será el mismo. A lo que al pago de arrendamiento se refiere será el alquiler del local, 3.000€. Los servicios públicas hacen un total de 520€ anuales pues ofrecen servicio de alcantarillado y recogida de basuras. Por ello serán 43,3€ al mes. En

cuanto a impuestos, pagaremos el IRPF que varía entre el 24%, 30% y 37% según si la cantidad supera los 20.000€ y los 35.000€.

Por otro lado, están los flujos financieros en los que entraría todo el apartado del préstamo bancario con unos intereses de 5,95% con el banco ING Direct, siendo el préstamo pedido 74.000€ a devolver a largo plazo, en unos seis años.

Conclusión final

Tras haber finalizado nuestro proyecto "Futurama" en la asignatura de procesos de administración y dirección de empresas, es hora de reflexionar sobre lo aprendido y vivido durante este año.

Al comenzar el curso, estábamos muy ilusionados con esta asignatura ya que nos la presentaron como algo algo novedoso y útil para el día de mañana, además de que se imparte en pocos centros. Era una vía de escape del estudio habitual (exámenes, libros, apuntes, etc.) para aprender de una forma totalmente diferente a la que estamos acostumbrados. No obstante, nos fuimos dando cuenta de que requería también esfuerzo, trabajo y sobre todo compañerismo.

Antes de nada había que elegir la idea de nuestro negocio, una tarea nada fácil pues tenía que ser algo nunca visto o poco extendido. Finalmente, apostamos por un restaurante basado en las últimas tecnologías ya que queremos o no cada vez están más incorporadas a nuestras vidas. El proyecto fue cogiendo forma a medida que avanzaba el curso y al mismo tiempo, aparecían los primeros agobios para terminar a tiempo o para dar con el cálculo correcto. Tuvimos que organizarnos como equipo para avanzar y no quedarnos atrás, lo significaba trabajo en casa. Lo bueno es que muchas de las partes del proyecto las aprendimos en clase de economía por lo que únicamente había que llevar la teoría a la práctica. Después de tantas horas invertidas para que nuestros esfuerzos merecieran la pena, conseguimos terminar satisfechos el proyecto.

Como conclusión podemos decir que por un lado nos hemos unido como grupo y amigos, ayudándonos los unos a los otros, repartiéndonos el trabajo a partes iguales o intentándolo y teniendo que dar lo mejor de nosotros mismos. Por otro lado, en cuanto a la asignatura, hemos podido comprobar que ser emprendedor o el crear un negocio no es tan fácil como puede parecer pues hay muchos factores a tener en cuenta y que la mayoría desconoce, comenzando por la importancia de la localización hasta lo complicada que es la contabilidad. No se puede negar lo estresante que puede llegar a ser pero a su vez es satisfactorio ver como algo creado de la nada va avanzando y creciendo.

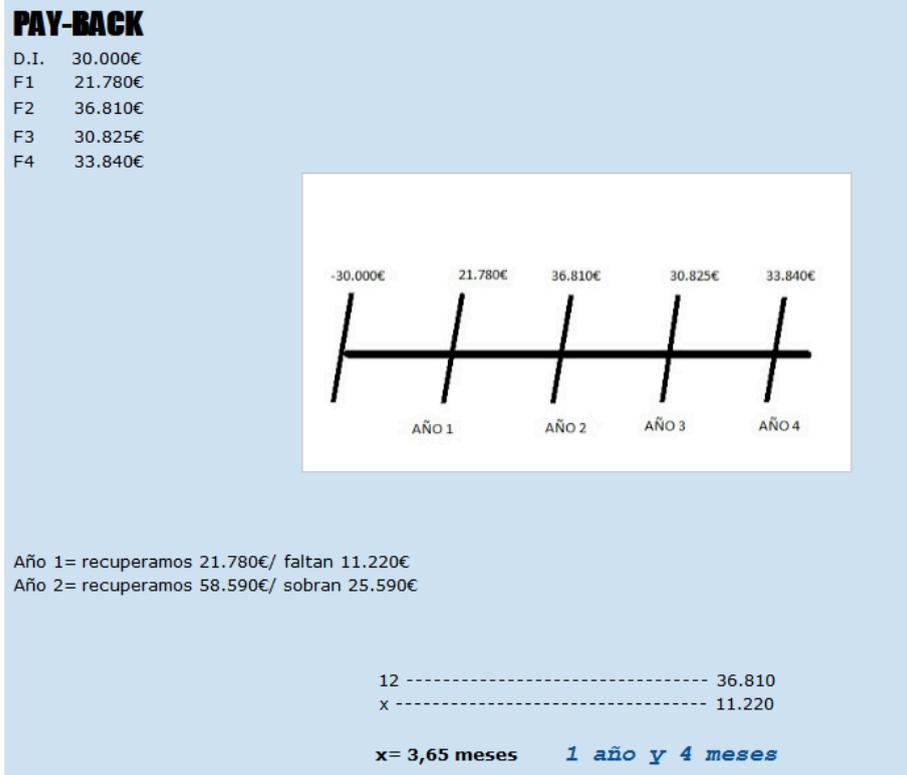
En general ha sido una experiencia muy positiva que nos ha ayudado a entender cómo funciona el departamento financiero de una empresa. Sabemos que lo que hemos aprendido nos servirá en un futuro, como por ejemplo leer una factura, saber el tipo de impuestos a pagar o la importancia de no derrochar el dinero.

Es una asignatura que sin duda la recomendamos a todo aquel/aquella al que le guste el mundo de los negocios y en general, la economía.

Plan del futuro

Antes de comenzar con nuestro plan del futuro, lo más importante es saber en cuánto tiempo recuperaremos el dinero invertido desde el comienzo de nuestro negocio y así sabremos desde cuando empezaremos a obtener beneficios. Y esto lo hemos podido saber tras analizar el Pay-back y el VAN.

Por un lado el Pay-back consiste en calcular el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial y en este caso lo recuperaremos en un año y cuatro meses, esto es magnífico saberlo ya que después de este año y cuatro meses empezaremos a ganar dinero.



Por otro lado el VAN trata de actualizar los flujos de caja al momento cero para poder comprarlos con el desembolso inicial, teniendo en cuenta la inflación y el rendimiento esperado de dicho proyecto, por lo cual en Futurama hemos elegido también el proyecto B porque el valor que la inversión le aporta a día de hoy es mayor (63.032,59€).

V.A.N.	
D.I.	33.000€
F1	21.780€
F2	36.810€
F3	30.825€
F4	33.840€
Rentabilidad neta	7%
Inflación	3%

$$V.A.N. = -33000 + \frac{21780}{1,07 \times 1,03} + \frac{36810}{(1,07 \times 1,03)^2} + \frac{30825}{(1,07 \times 1,03)^3} + \frac{33840}{(1,07 \times 1,03)^3} = 63.032,59$$

Tras obtener estos datos podríamos empezar con nuestro plan del futuro, y para poder llevar a cabo correctamente nuestro negocio y que pueda funcionar durante años, tendríamos que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Debemos evaluar qué ha funcionado y qué no estos últimos meses, y solucionarlos de la mejor manera.
- Ver qué está haciendo la competencia para poder ser más competitivos y mejorar en lo que fallamos.
- Analizar qué tipo de clientes tenemos y cuáles quisiéramos también tener.
- Hacer un inventario de nuestras herramientas de marketing, carta, sugerencias del personal, web, redes sociales, etc.
- Medir qué nos trae beneficios y qué no, para prevenir el Coste de Oportunidad.
- Revisar el mobiliario, la vajilla y la decoración del local.
- Analizar las tendencias gastronómicas y ver qué de ellas tenemos en la carta, qué podemos adaptar y qué no.
- Tomar decisiones de mejora en los puntos débiles que hemos detectado, y reforzar y mantener los puntos fuertes.

Para proceder con nuestro plan del futuro es vital que los trabajadores se sientan motivados y saquen lo mejor de ellos. Por eso realizaremos reuniones para comentar los aspectos que se puedan mejorar e invertiremos en el capital humano, por ejemplo: a los cocineros enseñaremos a elaborar nuevos menús, realizaremos clases para que la relación entre los trabajadores sea más estrecha... Aunque tengamos que invertir dinero en el capital humano y en un corto plazo no obtengamos los frutos esperados, a largo plazo obtendremos un gran resultado y así con el trabajo en equipo el funcionamiento del restaurante sería un gran éxito.