



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN NUEVO PRODUCTO “RESTAURANTE CAMINOS DE MI TIERRA” UBICADO EN EL SECTOR DE TARQUI.

Cuenca es una ciudad del centro sur de la República del Ecuador, es la capital de la provincia del Azuay. Su centro histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en el año 1999. Es llamada la Atenas del Ecuador por su majestuosa arquitectura, diversidad cultural.

El estudio de la presente tesis se enfocará en la factibilidad de la creación y desarrollo del restaurante “Caminos de mi Tierra”, el mismo que estará ubicado en la parroquia de Tarqui debido a que tiene lugares turísticos y viviendas de adobe que conservan su arquitectura autóctona, tradicional; a más de la cercanía que tiene esta con la ciudad de Cuenca.

Todo lo anterior se justifica debido al incremento de las familias cuencanas, que acuden a comer en diversos lugares fuera de casa, con el propósito de compartir más con sus seres queridos, así también el de grupos empresariales, turistas nacionales-extranjeros y jubilados; que disfrutan del ambiente y de la gastronomía que ofrece dicho lugar.

El estudio de factibilidad nos permitirá determinar cuan viable es el proyecto mediante diversos análisis, cuyos resultados llevarán a la mejor decisión que deberá tomar el inversionista de si se procede su estudio, desarrollo o implementación.

Palabras Claves: Estudio de Factibilidad, Creación y Desarrollo del Producto, Proyecto, Viabilidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRACT

FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF A NEW PRODUCT “CAMINOS DE MI TIERRA” RESTAURANT 'LOCATED IN TARQUI.

Cuenca is a city in south central of the Republic of Ecuador, is the capital of the province of Azuay. Its historic center was declared a World Heritage Site by UNESCO in 1999. It is called the Athens of Ecuador for its majestic architecture, cultural diversity.

The study of this thesis will focus on the feasibility of the creation and development of the “Caminos de mi Tierra” Restaurant, it will be located in the parish of Tarqui because it has sights and adobe houses that retain their native architecture, traditional over the closeness you have this with the city of Cuenca.

All this is justified due to increased cuencanas families who come to eat at various locations outside the home, in order to share more with loved ones, so the business groups, foreign and domestic tourists, retirees, that enjoy the atmosphere and cuisine of the place.

The feasibility study will allow us to determine how viable is the project through various analyzes; the results will lead to better decision to be taken on whether the investor should study, development or implementation.

Keywords:

Feasibility Study, Creation and Product Development, Project Feasibility.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INDICE

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

- 1.1 Antecedentes Históricos
- 1.2 Antecedentes Geográficos
- 1.3 Población de la Parroquia Tarqui
- 1.4 Atractivos Turísticos del sector

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

- 2.1 Importancia de la creación de un producto
- 2.2 Metodología para el desarrollo de un Producto
 - 2.2.1 Definición de Estudio de Factibilidad
 - 2.2.2 Objetivos del Estudio de Factibilidad
 - 2.2.3 Elementos del Estudio de Factibilidad
 - 2.2.3.1 Detección de la necesidad
 - 2.2.3.2 Definición del problema
 - 2.2.3.3 Búsqueda de información
 - 2.2.3.4 Generación de posibles soluciones
 - 2.2.3.5 Valuación física
 - 2.2.3.6 Valuación económica
 - 2.2.3.7 Valuación financiera
 - 2.2.3.8 Valuación social
 - 2.2.3.9 Solución viable

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

- 3.1 Detección de la necesidad
- 3.2 Definición del Problema
- 3.3 Búsqueda de la Información
- 3.4 Generación de Posibles Soluciones
- 3.5 Valuación Física
- 3.6 Valuación Económica
- 3.7 Valuación Financiera
- 3.8 Valuación Social
- 3.9 Solución Viable

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

Diseño



UNIVERSIDAD DE CUENCA



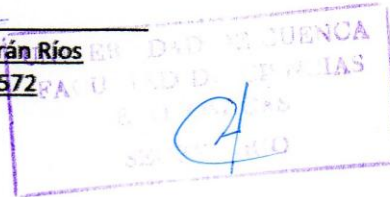
UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Ana Lucía Durán Ríos, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Ana Lucía Durán Ríos

0105204572



Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA



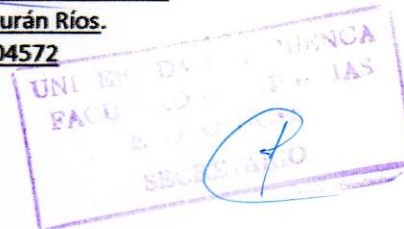
UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Ana Lucia Durán Ríos, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Ana Lucia Durán Ríos.

0105204572



Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

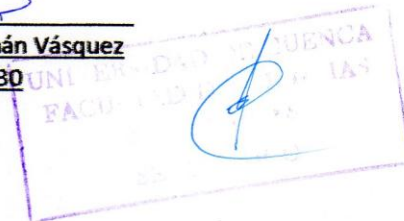


UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Jenny Claudia Guzmán Vásquez, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Jenny Guzmán
Jenny Claudia Guzmán Vásquez
0104044730



Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

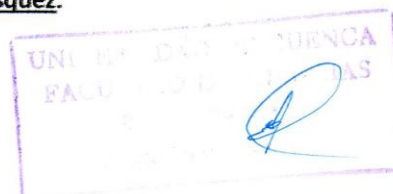
Fundada en 1867

Yo, Jenny Claudia Guzmán Vásquez, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Jenny Guzmán

Jenny Claudia Guzmán Vásquez.

0104044730



Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del título
Ingeniera Comercial**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN
NUEVO PRODUCTO “RESTAURANTE CAMINOS DE MI TIERRA” UBICADO
EN EL SECTOR DE TARQUI.**

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán

DIRECTOR:

ING. JOSÈ ERAZO SORIA

CUENCA – ECUADOR

2012

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

Al culminar esta importante etapa de nuestra vida queremos agradecer a Dios por brindarnos sabiduría y ser nuestro guía en cada momento.

Agradecemos a nuestros padres, hermanos y amigos quienes con su cariño, comprensión y apoyo incondicional nos dieron la fuerza para cumplir con nuestras metas.

Así también agradecemos a nuestro director de tesis Ing. José Erazo Soria por su paciencia, delicadez, bondad y conocimientos brindados que ayudaron a la elaboración de la presente tesis.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres Ángel y Mariana quienes con su amor y cariño incondicional me guiaron durante este duro camino de mi vida; y conjuntamente con su apoyo moral y económico ayudaron a culminar esta importante meta en mi vida, así también a mi hermano Luis por su apoyo y ejemplo como profesional.

Ana

Este presente trabajo dedico a Dios por ser el guía en mi vida, la fortaleza que necesito día tras día de igual manera a mis padres, hermanas y sobrinos que son el regalo más hermoso que Dios y la Virgen María me han puesto en esta vida terrenal, a mis padres y hermanas que siempre me han brindado sus consejos y apoyo en todo momento; para alcanzar las metas que siempre me he propuesto.

Jenny



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INTRODUCCIÓN

Cuenca es una ciudad preciosa, con iglesias coloniales, grandes mansiones, parques, plazas y fuentes hermosas, donde las flores renacen por todas las partes, con cuatro ríos caudalosos que forman burbujas al estrellarse con las rocas y alimentan su exuberante vegetación.

El mejor lugar del mundo para jubilados, así calificó la revista estadounidense International Living hace unos años atrás; al posicionar por tercera ocasión al Ecuador en primer lugar de su Índice Anual de Retiro o Jubilación.

La extraordinaria arquitectura, y sus paisajes exuberantes de Cuenca encanta a los jubilados extranjeros.

Para analizar la viabilidad del proyecto, se necesita un estudio de factibilidad para el desarrollo del restaurante “Camino de mi Tierra” el mismo que estará ubicado en la parroquia de Tarqui.

Dicho estudio inicia con la detección de la necesidad en base a las tendencias actuales en comer fuera de casa, las personas tienen la necesidad de consumir platos típicos con características de la región.

Continúa con la definición del problema; es así que el principal problema detectado fue la ausencia de restaurantes con una infraestructura rústica, ambiente agradable, comodidad, espacios verdes, cultura y turismo en el lugar.

Por lo anterior se presenta una oportunidad en el mercado cuencano en cuanto a cubrir una necesidad de alimentación y servicio.

Con la búsqueda de información; mediante fuentes primarias y secundarias, se pretende conocer el mercado en estudio, en este caso la población de Cuenca, turistas nacionales extranjeros y jubilados.

Con la generación de posibles soluciones se pretende lograr la aceptación dentro del mercado, que justifique la viabilidad del restaurante.

Luego se procedió al análisis de las siguientes valuaciones: física, económica, financiera y social.

En la valuación física; se analizó los principales recursos con los que contará el restaurant para su funcionamiento: físico, personal y productivo.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En la valuación económica, permitió obtener resultados cuantitativos mediante técnicas financieras como son: VAN, TIR, Relación Beneficio Costo; que muestran la viabilidad del proyecto.

En la valuación Financiera; se establece como se estructurará el capital de la futura empresa.

En la valuación Social; se establece el impacto ambiental, laboral y económico que la empresa tendrá en el lugar de ubicación.

Todo este proceso conlleva a la solución viable del proyecto en estudio, en la cual se establece la continuidad o abandono del proyecto.

Siendo el presente caso de estudio un proyecto viable el mismo que deberá continuar con su análisis para su respectiva implementación.



CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

1.1 Antecedentes Históricos

El primer dato que se tiene sobre la existencia de la parroquia Tarqui, consta en la distribución de tierras en la época colonial. Se remontan al 24 de marzo de 1564, fecha en la cual se entregó a Francisco Gómez tres cuerdas de tierra en el sector de Tarqui para que sembrara maíz. Según datos del archivo eclesiástico, mismos que reposan en la parroquia de Tarqui, el obispo Manuel María Polit elevó a la categoría de parroquia eclesiástica a Tarqui el primero de junio de 1916. Le correspondió al Reverendo Nicolás Durán inaugurar solemnemente el primer servicio religioso.

Posteriormente por celebrarse el día de la Virgen del Carmen el nuevo sacerdote donó una imagen que después de bendecirla se la nombró patrona de la parroquia, a la que se le construyó una pequeña capilla cubierta de paja en donde actualmente se levanta la iglesia matriz. La creación de parroquia civil fue impulsada desde 1914 por los habitantes de la zona, la cual se concretó finalmente el 7 de octubre de 1916, mediante Decreto Ejecutivo Nro. 887, anexando territorios de las parroquias de Cumbe, Turi, Baños y El Valle.

El centro parroquial de Tarqui es un pequeño conjunto urbano, de traza irregular, con viviendas de adobe, bahareque y techo de teja, que conserva su arquitectura vernácula y tradicional. Sin embargo en los últimos tiempos, ésta ha sido alterada, con construcciones modernas por parte de los migrantes. Las casas están distribuidas alrededor de la plaza, la iglesia y las vías de acceso que comunican a la parroquia con la ciudad de Cuenca.

1.2 Antecedentes Geográficos

La parroquia Tarqui se encuentra ubicada al sur de la ciudad de Cuenca, limita al norte con las parroquias Valle y Turi, al este por la parroquia Quingeo, al sur por la parroquia Cumbe y al Oeste por las parroquias Victoria del Portete y

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Baños, su temperatura promedio fluctúa entre los 8 y los 14 °C y su altura es de 2852m.s.n.m. Tarqui tiene una superficie de 133,2Km², ocupa el 4,3 por ciento del territorio cantonal.

Localizado a una distancia de 15Km desde la ciudad de Cuenca conectada por la Panamericana Sur (km 14), luego por la vía lastrada de 1km hasta el centro parroquial.

El acceso a esta parroquia se lo puede realizar a través de vehículos propios o a través de los vehículos de transporte inter-parroquial e inter-provincial que pasan muy cerca del centro parroquial.

La salida de los buses que van directamente a la parroquia es desde la Feria Libre que se encuentra ubicada en la Av. De las Américas.

1.3 Población de la Parroquia Tarqui:

La población de la Parroquia Tarqui del cantón Cuenca consta de 10490 habitantes, de los cuales 4833 son hombres y 5657 mujeres.

1.4 Atractivos Turísticos del sector:

Entre los atractivos turísticos más destacados tenemos:

Paisaje Andino: Este destino turístico se encuentra en la cadena montañosa de los Andes, al sur del Ecuador. La zona es nublada y con vientos fuertes; la temperatura media es de 13,5 °C, con valores extremos entre 2°C y 28°C, en épocas de frío y calor respectivamente. Según la clasificación de las zonas de vida ecológicas, se ubica dentro del bosque seco montañoso bajo, influenciado por el bosque secundario compuesto por chaparros y pajonales: La precipitación anual promedio es de 900 a 1.000 mm.

El Cerro Frances-Urco: Donde está una pirámide colocada por los franceses que realizaban sus estudios astronómicos, verificando la forma de la tierra.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



La comunidad de Tutupali: Se encuentran las lagunas de Totoracocha y Condorcocha, donde se observa a los cóndores en su hábitat natural; igualmente existen criaderos de llamas y reliquias históricas.

Sendero Ingacuca: posee una gran cantidad de plantas medicinales, como el Ingacuca; que posee un valor energético cuando se mastican sus hojas.

El Mirador natural de Chapanaloma: Uno de los miradores más altos de la zona, se dice que a este lugar eran enviados los campesinos quienes cuidaban las grandes haciendas para que pudieran ver dónde se encontraba su ganado.

Bosque Jambañan: Este bosque cuenta con una diversidad de orquídeas y bromelias, a más de ser un bosque muy conservado.

Camino del Inca: Esta es una parte del camino del inca que viene de desde Perú y que va hacia Quito, vestigios de un tramo de dicho camino que vinculaba Cuenca con la población de Saraguro, en la vecina provincia de Loja.





CAPITULO II

2 MARCO TEORICO

2.1 Importancia de la creación de un producto:

En este contexto, "la capacidad de innovar, de crear algo nuevo, constituye la medida del éxito de la empresa en el futuro". Como indica Hammer y Champú, "el paso del cambio se ha acelerado, con la globalización de la economía, las compañías se ven ante un número mayor de competidores, cada uno de los cuales puede introducir en el mercado innovaciones de producto o servicio. La rapidez del cambio tecnológico también promueve la innovación. Los ciclos de vida de los productos han pasado de años a meses".

Para Philip Kotler, "las empresas van comprendiendo cada día más que la base de su vida y de su crecimiento está quizá en el continuo desarrollo de productos nuevos y mejores. El proceso de mercadeo de los nuevos productos es con frecuencia crítico para el éxito de los negocios a largo plazo. Como se ha dicho, los productos tienen un ciclo de vida y si ellos no se modifican o sustituyen, el volumen de ventas, la participación en mercado y las ganancias se reducen.

Ante el acelerado cambio en los gustos, la tecnología y la competencia, ninguna empresa puede prescindir de esta actividad; además el público quiere y espera productos nuevos perfeccionados.¹

2.2 Metodología para el desarrollo de un Producto

2.2.1 Definición de Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la

¹ <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/579/3/Capitulo%202.pdf>



conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

2.2.2 Objetivos del Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.²

2.2.3 Elementos del Estudio de Factibilidad

2.2.3.1 Detección de la necesidad.-

Consiste en tratar de crear necesidades, para luego satisfacerlas; por ejemplo: En la ciudad de Cuenca un restaurante es decir, detectar una necesidad, significa emprender algo nuevo, que no exista en el mercado; y, si lo hay, ser diferente a los demás. Detectar una necesidad, en el marketing moderno y transformativo, es sinónimo de creatividad, ingeniosidad, genialidad, ideas. Pero también, detectar una necesidad, en términos tradicionales y un

² <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>



poco obsoletos, es buscar y determinar una fuente de producción, que preferiblemente no esté saturada en el mercado.

2.2.3.2 Definición del problema.-

Consiste en definir correctamente el problema, con relación a la detección de la necesidad. Debemos considerar los mismos aspectos que analizamos en la metodología para llevar a cabo una Investigación de Mercados, en la parte pertinente a la definición del problema.

2.2.3.3 Búsqueda de información.-

Toda investigación conlleva la búsqueda de información, que permita contar con los elementos de juicios necesarios para la toma de decisiones; por lo que, para el desarrollo de un producto se deberá proceder a la búsqueda y recopilación de información, la misma que podrá llevarse a cabo en forma directa y/o indirecta.

2.2.3.4 Generación de posibles soluciones.-

Significa brindar justificaciones objetivas y coherentes frente al problema planteado; y, emitir soluciones que permitan viabilizar el desarrollo del producto, objeto de la investigación y análisis.

2.2.3.5 Valuación física.-

La valuación física, constituye una respuesta al planteamiento de las soluciones planteadas; es decir, analizar en forma técnica y científica todas posibilidades de que esas soluciones, puedan realizarse físicamente a la luz de la tecnología disponible.

2.2.3.6 Valuación económica.-

Consiste en determinar el costo del proyecto; es decir, comparar los costos con los beneficios (relación costo – beneficio); observar si el desarrollo del producto, está en posibilidades de enfrentar este problema; y, quizás lo más

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



fundamental, el grado de rentabilidad que va a generar; y, el tiempo de recuperación de la inversión.

2.2.3.7 Valuación financiera.-

Consiste en determinar la existencia y procedencia de los recursos económicos – financieros, necesarios para llevar adelante el proyecto (recursos propios, ajenos, nacionales, internacionales, etc.).

2.2.3.8 Valuación social.-

Significa analizar el impacto social del proyecto, en el medio en donde se va a desarrollar; para lo cual, se deberá observar algunos parámetros, como son: Generación de fuentes de trabajo, utilización de recursos naturales, grado de utilización de tecnología propia, generación de divisas, impacto sociológico, etc.

2.2.3.9 Solución viable.-

Si encontramos que no existe ninguna clase de inconveniente, en el análisis de todos y cada uno de los aspectos señalados; entonces estamos en condiciones de continuar con el análisis del anteproyecto; caso contrario, se deberá primero superar cualquier inconveniente. ³

³ ERAZO SORIA José, Mercadotecnia Un Análisis Global de Gestión, Página Web UDA.



CAPITULO III

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

3.1 Detección de la necesidad:

Se vio la oportunidad de aperturar en la provincia del Azuay, cantón Cuenca, sector Tarqui un restaurante que ofrezca platos típicas de la región; una de las razones principales es la creciente tendencia de las personas que elijen comer fuera del hogar, y el auge de turistas nacionales e internacionales en la ciudad.

En vista de que en el sector de estudio existen lugares, que no brindan un producto de calidad, que satisfagan las expectativas del consumidor en cuanto a comida típica, ambiente agradable, infraestructura propia acompañados de diseños autóctonos de la región, todos estos aspectos han sido tomados en cuenta para que nuestra propuesta de estudio sea única y diferente a los demás, lo cual nos dará una ventaja competitiva en el mercado.

3.2 Definición del Problema:

Existe un demanda insatisfecha de restaurantes en la parroquia de Tarqui, que ofrezcan a los turistas nacionales y extranjeros comodidad y confort, acompañados de un ambiente que invite a descubrir la cultura, tradición, y gastronomía propia de la región.

Nuestro restaurante ofrecerá los variados platos típicos de la zona con una mejor sazón; acompañada de una eficiente atención al cliente que serán recibidos por personal capacitado cuyo atuendo identificara la región a la cual pertenecen, también se realizaran proyecciones de imágenes de la cultura y lugares turísticos del Ecuador.

Todo esto permitirá lograr un posicionamiento en el mercado obteniendo un valor agregado, con un ambiente agradable, las instalaciones serán de estilo rústico, con una decoración artesanal, sin dejar de lado estilo y comodidad.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



El mercado que buscamos captar es amplio, como familias, turistas nacionales y extranjeros, grupos empresariales, jubilados, y grupos varios.

Objetivo General:

Elaborar el estudio de factibilidad para la creación de un producto (Restaurante) en la comunidad de Tarqui.

Objetivos Específicos:

- Determinar nuestro mercado meta
- Determinar el perfil de los posibles consumidores.
- Realizar el estudio económico y financiero
- Evaluar la factibilidad del proyecto

3.3 Búsqueda de la Información:

Para poder realizar nuestra investigación con respecto a la oferta y demanda, utilizaremos fuentes de información primaria y secundaria.

- Fuentes de Información Primaria: Dentro de esta fuente de información vamos manejar las técnicas de observación directa y cuestionarios.
- Fuentes de Información Secundaria: Boletines, Revistas, Bases de Datos de organismos como: Ministerio de Turismo, Cámara de Comercio, Superintendencia de Compañías, INEC.

Estudio de la oferta:

Para obtener información respecto a la oferta recurrimos a fuente de información secundaria, los datos de restaurantes que ofrecen comida típica fueron tomados de la página del ministerio de Turismo, los mismos que se presentan a continuación:

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Lista de Restaurantes registrados en el ministerio de Turismo de Cuenca, que ofrecen comida Típica son:

<ul style="list-style-type: none">➤ Rancho Dorado➤ Restaurante Típico El Campo➤ Restaurante Tres Estrellas➤ Rancho Chileno➤ El Portón Cuencano➤ Restaurante La Cocina de la Abuela➤ La Quinta Restaurant➤ Los Molinos Del Batán Restaurante	<ul style="list-style-type: none">➤ Quinta La Reina➤ Restaurant Guajibamba➤ Restaurant El Gran Manantial➤ Restaurant Mi Escondite➤ Restaurant el Maíz➤ Restaurant el Tequila➤ Restaurant los Maderos
--	--

Nota: Estos datos poseen un margen de error no determinado, debido a la continua apertura, cierre o cambio de datos, los cuales hasta el momento no han sido notificados a la entidad de control pertinente.

Además encontramos en la parroquia de Tarqui, establecimientos que ofrecen similares servicios:

<ul style="list-style-type: none">➤ Pollería y Restaurante el Brasero➤ Recepciones los Álamos➤ Restaurante Asado Chancho a la Barbosa➤ Asado y Restaurante el Campeón➤ Asado de Pollos Cabañas Tarqui	<ul style="list-style-type: none">➤ Chancho a la Barbosa el Campesino➤ Bar-Restaurante Estancia➤ Bar-Restaurante el Árabe➤ Cafetería al Paso
---	---

Se ha obtenido esta información mediante observación directa, ya que no existen registros de empresas con esa actividad económica en el sector de estudio.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Estudio de Mercado:

La investigación de mercado consiste en el diseño, recopilación, análisis y el reporte de la información y de los datos relevantes del mercado y de una situación específica a la que se enfrenta la empresa. La tarea del investigador de mercados es precisamente investigar la actitud de los consumidores y su comportamiento de compra.⁴

El presente tema de investigación esta enfocado: Estudio de Factibilidad para la Creación y Desarrollo de un Nuevo Producto “Restaurante caminos de mi tierra” Ubicado en el sector de Tarqui.

➤ **Definición del Problema:**

En base a las tendencias actuales en comer fuera de casa, las personas tienen la necesidad de consumir platos con características de la región, es así que el principal problema detectado fue la ausencia de restaurantes con una infraestructura rústica, ambiente agradable, comodidad y espacios verdes de la localidad, cultura y turismo en el lugar.

Es por esto que los datos obtenidos en la investigación, nos brindarán una visión mas certera acerca del mercado en el cual estamos incursionando, estos datos nos indicarán los gustos y preferencias que tienen nuestros posible clientes, como también la forma en la cual podemos satisfacer sus necesidades.

Estos factores servirán de pauta para dar a conocer al Restaurante “Caminos de mi Tierra” y evaluar el impacto que generará el lanzamiento de un nuevo servicio en el mercado.

Para dar solución al problema, se requiere emplear variables demográficos (ingreso, edad, status social, nivel de educación), para determinar la población objeto de estudio.

⁴ KOTLER Philip, 2006, Dirección de Marketing, Editorial Pearson, Duodécima Edición, México.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



➤ **Definición de Límites de Investigación:**

Geográfico: El área geográfica a ser investigada para la promoción de este nuevo servicio es en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay-Ecuador.

La razón por la cual hemos escogido esta ciudad, debido a que nuestro servicio está dirigida a la población cuencana y a todos quienes visiten este cantón.



Económico:

Para aplicación de este estudio de investigación se necesitarán diferentes recursos tales como:

Recursos Humanos: En este caso estará conformado por las ejecutoras de la tesina, las mismas que estarán encargadas de realizar, observación directa a los establecimientos que prestan similar servicio del tipo de restaurante que queremos ofrecer, encuestas, entrevistas.

Recursos Materiales: Los materiales utilizados para este estudio son: hojas de papel bond, cuadernos, esferos, copias, cámaras fotográficas.

Temporal:

El tiempo estimado para la realización de la investigación será de una semana las mismas que incluirá el desarrollo de cada fase de esta etapa.

➤ **Factores de Información:**

La investigación de mercado será de carácter primario y secundario. El propósito principal será obtener información de primera, tanto cualitativa como

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

cuantitativa, respecto a las preferencias gastronómicas y de servicio de comida típica en la población de Cuenca.

En el estudio primario: Se empleará variables cualitativas (Técnicas de Grupo, Entrevista, Observación, encuestas) se realizaran con el fin de obtener mayor información acerca del estilo de vida, preferencias, conductas, tendencias y comportamientos de las familias cuencanas en cuanto a la comida típica se refiere. Este estudio es necesario para conocer las opiniones de los sujetos de estudio frente a los productos y servicios que ofrecerá el restaurante.

El estudio secundario: Es clave para el proceso de identificación de los clientes del restaurante, debido a la consideración de variables cuantitativas de gran relevancia como datos demográficos estadísticos.

Por medio del cual se evaluará la capacidad adquisitiva de las familias cuencanas sujetas al estudio y se valorará la oportunidad de entrada del restaurante en la ciudad de Cuenca.

➤ **Definición del Informante:**

Competencia: Existe competencia entre diversos establecimientos, los mismos que ofrecen una variedad de servicios tales como: hosterías, restaurantes de comida rápida, cafeterías etc.

Esta creciente demanda, hace que nuestros competidores estén innovando constantemente, especialmente que permitan que las personas de menor poder adquisitivo puedan disfrutar de los servicios que brindan, sin que su presupuesto se vea necesariamente afectado.

Si contemplamos cual es el panorama que nos envuelve y observamos por un lado a nuestros competidores, y por otro a nuestros clientes, descubrimos que cada vez hay más competidores.

Consumidores: Para determinar los posibles consumidores debemos tomar en cuenta determinantes como:



▪ **Segmentación de Mercado:**

Aspecto Geográfico: Todo el cantón de Cuenca.

Aspecto Demográfico: Se tomarán variables tales como:

- ❖ Edad
- ❖ Tamaño de Familia
- ❖ Nivel de Educación
- ❖ Nivel de Ingresos

Aspecto Psicográfico:

- ❖ Analizar la actitud de los posibles consumidores frente a la propuesta de un nuevo restaurante.
- ❖ Evaluar la conducta de los posibles consumidores frente a los servicios que se pretende prestar en el restaurante.
- ❖ La opinión hacia la aceptación de los servicios que ofrece el restaurante.

Para el restaurante, es relevante especializarse en un fragmento de mercado; y para lograr esto es indispensable definir el nivel de segmentación adecuada de acuerdo con las características del mercado del restaurante.

La propuesta del restaurante se dirige hacia un mercado objetivo como: grupos familiares, empresariales, turistas nacionales y extranjeros, jubilados.

En primer lugar el segmento que se escogió demuestra necesidades de alimentación y recreación como es el de las familias cuencanas.

Otro grupo importante es el de los jubilados nacionales y extranjeros que buscan a más de una alimentación sana y nutritiva un ambiente agradable con hermosos paisajes donde descansar.

Nuestro restaurante también acogerá a un grupo que cada día va tomando mas fuerza en nuestra ciudad y es el de los turistas nacionales y extranjeros que han encontrado en nuestra región un ambiente donde pueden disfrutar de su gastronomía, cultura y naturaleza.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



Perfil del Segmento.

- Grupos Familiares que incluyen: padre, madre y con una media de 2 hijos por familia, con un nivel de ingresos medio o elevado y con un nivel de formación media, que residen en la ciudad de Cuenca, los motivos que hacen buscar sitios de comida típica son: recreación, alimentación, calidad y precio.
- Jubilados Nacionales y Extranjeros; hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre los 65 años en adelante, con un nivel de ingreso medio y alto, con un nivel de formación medio; residentes en la ciudad o provenientes de países como Alemania, Estados Unidos, Francia, España, Italia que han visto en nuestra ciudad su lugar de residencia para disfrutar de sus años de descanso.
- Turistas Nacionales y Extranjeros: hombres y mujeres de todas las edades, con un ingreso medio-alto que gustan de nuestra ciudad para visitar y disfrutar de su hospitalidad.

Este grupo de personas acuden a lugares donde les brinde una experiencia única en gastronomía, cultura y paisajes propios de cada región que visitan.

➤ **Extensión de la Investigación:**

El universo de nuestra investigación es la población de la ciudad de Cuenca, el tipo de muestreo empleado en la investigación es probabilístico estratificado.

De acuerdo con los datos del último censo de población y vivienda del Ecuador efectuado en el año 2010 para la ciudad de Cuenca se presenta la siguiente información:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Censo Población y Vivienda

INEC

Año 2010

Resultados Censo de Población

Provincias	<input type="radio"/>	Cantones:	<input checked="" type="radio"/>
2010	<input type="button" value="v"/>	AZUAY	<input type="button" value="v"/>
		CUENCA	<input type="button" value="v"/>
<input type="button" value="Consultar"/>			
Total	505.585		
Mujeres	266.088		
Hombres	239.497		

Para el cálculo muestral se aplicará la siguiente fórmula para población finita:

$$n = \frac{Z^2 * pq * N}{e^2 * (N - 1) + pqZ^2}$$

De donde:

Z: El nivel de confianza del 95%.

N: Tamaño de la Población para el año 2010 es de 478643 personas.

p: La probabilidad de ocurrencia es del 50%.

q: La probabilidad de no ocurrencia es del 50%.

e: El error muestral es del 5%.

Con un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5%.

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5)(0.5) * 478643}{0.05^2 * (478643 - 1) + (0.5)(0.5)1.96^2}$$

n= 384 personas

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los 478643 habitantes corresponden a la PEA más la población flotante (2010).

Se ha determinado que el tamaño de la muestra es de 384 personas, las mismas que serán tomadas en cuenta para el desarrollo de las encuestas.

ANEXO N° 1: Elaboración del Cuestionario

Recopilación de la información:

La encuesta fue elaborada con preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple, de fácil entendimiento de esta manera nos permitió una información confiable y que aporta para el desarrollo de este tema de investigación.

Los datos obtenidos de la encuesta servirá para conocer a nuestros consumidores referente ha:

- Conocer si las personas encuestadas acuden a comer comida típica en restaurantes y si concurren a sectores dentro o fuera de la ciudad.
- Obtener información respecto a las personas que acompañarían a nuestros posibles consumidores; de esta manera nos permitiría ver a que segmento va dirigido nuestro producto.
- Determinar con que frecuencia nuestros posibles consumidores acuden a restaurantes de comida típica como también conocer cual es la cantidad de gasto individual; y con esta información permitiría proyectar nuestras ventas del local.
- Analizar aspectos como el precio, servicios, espacios verdes, recetas únicas; de esta manera podríamos saber por cual de estos aspectos los consumidores estaría dispuestos adquirir el producto; siendo una ventaja competitiva al momento de prestar nuestro servicio.
- Analizar cuales son los platos de mayor consumo de los clientes; para conocer los gustos y preferencias en cuanto a comida típica se refiere.
- Determinar los aspectos que sobresalen dentro y fuera de la infraestructura, que hacen que nuestros clientes potenciales obtengan

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

confort y comodidad, al momento de la visita al local permitiendo añadir valor agregado al servicio en frente a la competencia.

- Analizar el posible nombre que tendría el restaurante, el mismo que será escogido por nuestros encuestados para ver su acogida y aceptación y de esta manera lograr un posicionamiento en las mentes de los posibles consumidores.
- Analizar cuales son los ingresos de nuestros encuestados, el mismo que permitirá conocer su capacidad adquisitiva al momento de consumir nuestros productos.

Estas preguntas pertenecen a un sondeo de mercado que nos servirá para el análisis de factibilidad.

Ordenamiento, Tabulación e Interpretación de resultados:

Hemos realizado un ordenamiento de las preguntas, con el cual obtuvimos un total de respuestas con sus diferentes opciones, con sus respectivos porcentajes.

Tomando en consideración el porcentaje más alto, se procede a presentar un resumen de los resultados obtenidos.

Las edades de los encuestados están alrededor de 30 a 35 años de edad, en su mayoría casados, con un nivel de instrucción medio alto y su nivel de ingresos va desde \$200 a \$300.

El 72% de los encuestados acuden a restaurantes de comida típica, de los cuales el 64% lo realiza fuera de la ciudad, siendo acompañados en un 56% por sus familias.

La frecuencia de visita a un restaurante de comida típica es un 52% de manera mensual, valorando en un 35% las recetas únicas que se ofrecerían en el lugar.

El gasto individual de los posibles consumidores está entre \$5 a \$10 con un 63%; siendo el plato más apetecido el cuy con papas con un 32%.

Dentro de la infraestructura del local, lo que más les llamó la atención al momento de consumir los platos típicos, es la decoración autóctona del lugar con un 35%.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



El nombre con mayor aceptación que tendría el restaurante fue, Caminos de mi Tierra con un 59%.

ANEXO N° 2: Ordenamiento y Tabulación de Datos; Gráficos que contienen porcentajes.

3.4 Generación de Posibles Soluciones:

- La ubicación del restaurante está ubicado en el Km 3 y medio vía a Tarqui, con amplias zonas verdes, que permite compartir con la naturaleza a todo aquel que nos visite.
- El restaurante “Caminos de mi Tierra” pretende lograr aceptación dentro del mercado ya que brindará un servicio único y personalizado a cada grupo que nos visite, contara con recetas únicas de la región que serán preparadas respetando las costumbres y tradiciones del pueblo cuencano manteniendo ese sabor que agrada a su paladar y traerá recuerdos de antaño a todo aquel que los pruebe, a más de que cada ingrediente que contendrá el plato a degustar será 100% orgánico, garantizando la salud de todo aquel que visite nuestro restaurante.
- El diseño de nuestras instalaciones será totalmente rústico ya que se pretende brindar un ambiente único, con elementos decorativos de nuestra región, se proyectara imágenes de nuestra ciudad y del país entero para lograr una mayor armonía a todo aquel que llegue a nuestro restaurante, acompañada de música andina y para armonizar el diseño las personas que atiendan a nuestros visitantes estarán vestidos con ropa propia de nuestra provincia, todo ello pensado en lograr dar una buena impresión a nuestros clientes.

3.5 Valuación Física:

Procederemos a analizar factores como:

- ❖ Personal
- ❖ Espacio Físico

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



❖ Recursos Productivos

En cuanto al personal se presenta a continuación:

1 Administrador

1 Cocinero

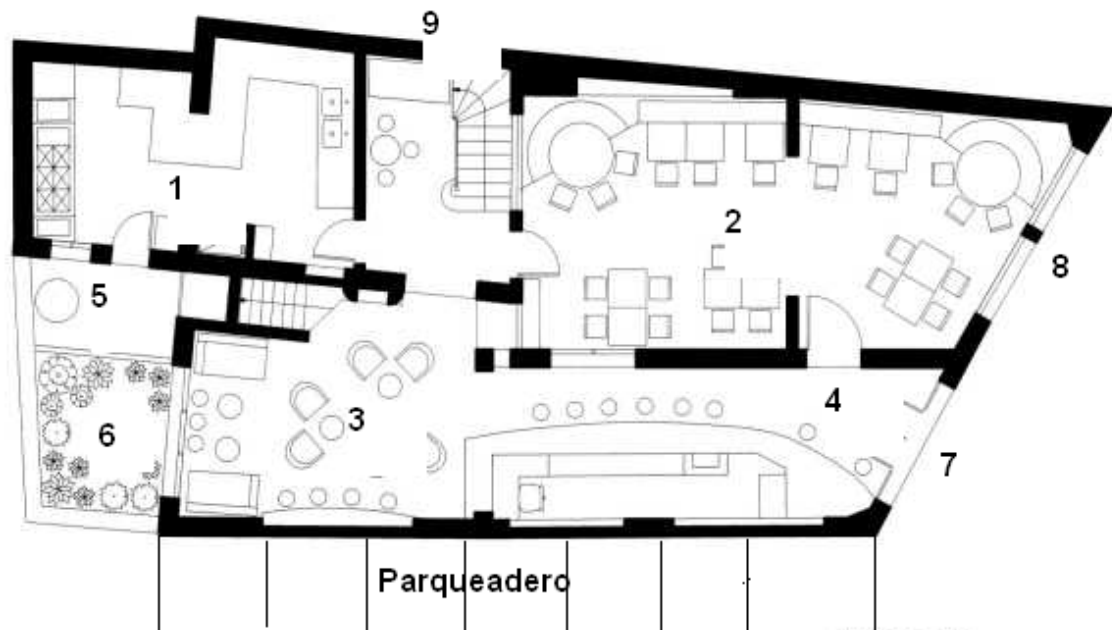
1 Ayudante de cocina

1 Guardia

1 Cajero

1 Auxiliar de Contabilidad

Espacio Físico:



En el plano se visualiza la distribución de planta la misma que contiene un área de 200m²; las principales áreas que conforma el restaurante, se detallan a continuación:

1. Cocina 22 metros cuadrados
2. Comedor Principal 35 metros cuadrados
3. Comedor Secundario 10 metros cuadrados

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

4. Bar 20 metros cuadrados
5. Baño 8 metros cuadrados
6. Jardín
7. Entrada uno
8. Entada dos
9. Salida de Emergencia
10. Estacionamiento con capacidad para 7 vehículos.

Recursos Productivos:

Empresa: Restaurant “Caminos de mi Tierra”

Slogan: Recorriendo la Gastronomía Cuencana



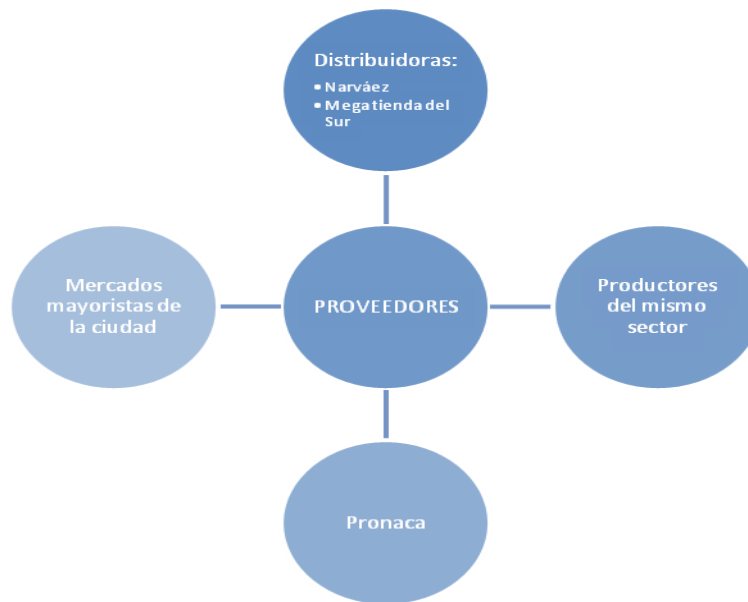
Para familias y todas aquellas personas que buscan disfrutar de un ambiente natural y de la cultura cuencana, que conjuntamente con la gastronomía propia de la región te invita a descubrir un sin fin de sabores tradicionales que no dañaran su salud.

Proveedores:

Dentro de esta selección los proveedores más importantes son:

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



Permisos legales:

Los mismos que servirán para un adecuado funcionamiento del restaurante.

- Sanidad,
- Bomberos,
- Permisos municipales,
- SRI

Horarios de Atención:

El restaurante abrirá sus puertas de jueves a domingo en un horario desde las 12am hasta las 10pm, en el caso de requerir nuestra atención antes del horario fijado anteriormente, se lo podrá hacer previa reserva al correo: caminosdemitierra2012@hotmail.com, o a los números telefónicos: 072844279, 093080014.

3.6 Valuación Económica

Para realizar una valuación económica requerimos de un plan de inversión y un plan operativo, con los datos necesarios para crear un flujo de efectivo que nos permita, mediante el cálculo del valor actual neto, y de la tasa interno de retorno, determinar cuan viable es el proyecto.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Previa a la elaboración del estado del flujo de efectivo se procedió a realizar las proyecciones.

ANEXO N° 3: Requerimientos de Inversión, Requerimientos para Puesta en Marcha, Costo de Materia Prima, Costo de Mano de Obra, Recetas Estándar, Ingresos Estimados, Plan de Inversión, Plan Operativo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESTAURANTE "CAMINOS DE MI TIERRA"
FLUJO DE EFECTIVO
(Miles de Dólares en Efectivo)

Rubro\Años	0	1	2	3	4	5	6
INGRESOS:							
Ventas		44.278,64	51.141,83	59.068,82	68.224,49	78.799,28	
Préstamo	11.740,8						
Valor Residual*							58.083
ENTRADA DE EFECTIVO	11.741	44.279	51.142	59.069	68.224	78.799	58.083
EGRESOS							
a) INVERSION	19.568						
Obra Civil	9.700						
Adquisiciones:	9.868						
b) OPERACIÓN		48.691	54.042	59.308	65.102	71.467	-693
COMPRAS:		13.579	14.889	16.328	17.907	19.643	0
MANO DE OBRA:		32.072	35.279	38.807	42.688	46.957	
OTROS GASTOS:		3.540	3.823	4.129	4.459	4.816	0
Efectivo como capital de trabajo (cambio)		-500	50	44	48	51	-693
EGRESOS EN EFECTIVO:	19.568	48.691	54.042	59.308	65.102	71.467	-693
FLUJO NETO DE EFECTIVO:	-7.827	-4.413	-2.900	-239	3.122	7.332	58.776

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



VALOR ACTUAL NETO (VAN):

El valor actual neto es un criterio financiero para el análisis de proyectos de inversión, que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial), donde éstas se representan con signo negativo, mediante su descuento a una tasa o coste de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea positivo.⁵

- Si el VAN es positivo; el proyecto es viable.
- Si el VAN es negativo; el proyecto no es viable.
- Si el VAN es igual a cero es indiferente.

Para el estudio se tomó como tasa de descuento ponderada, siendo esta calculada a partir del porcentaje de fondos propios y del préstamo con respecto a la estructura total del capital, multiplicando por el costo de oportunidad de estos fondos de un 6% (depósito a plazo fijo anual) y a un 10.21% (equivalente a la tasa del préstamo que se realizaría) obteniendo una tasa de descuento ponderada 8.53%. **(Ver Anexo N° 4).**

En el caso del restaurante “Caminos de mi Tierra” obtuvimos un VAN de \$28.553, estimando 5 años de vida útil del proyecto; lo que nos indica que es un proyecto viable.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR):

La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con ingresos y egresos, que se producen en períodos regulares, matemáticamente la TIR es un indicador porcentual que hace que el VAN sea igual a cero, si el resultado de la operación genera una tasa mayor a la tasa convenida en el Van en este caso es el 8.53% (tasa de descuento ponderada), y la TIR es del 34%, por lo que se aceptaría el proyecto.

⁵ <http://www.economia48.com/spa/d/valor-actual-neto/valor-actual-neto.htm>

AUTORAS:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RELACION BENEFICIO COSTO:

La relación beneficio costo es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, se obtiene dividiendo el valor actual de los beneficios para el valor actual de los costos a una tasa de descuento dada es decir:

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \frac{\text{Valor Actual de Beneficios}}{\text{Valor Actual de Costos}}$$

Criterio de Decisión: Aceptar el proyecto si: $\frac{B}{C} > 1$ ⁶

RESTAURANTE “CAMINOS DE MI TIERRA”

RELACION BENEFICIO COSTO

Años	Costos Totales	Beneficios Brutos Totales	Factor de Actualización (8,53%)	Costos Totales Actualizados	Beneficios Totales Actualizados
1	\$ 48.691,40	\$ 44.278,64	0,92140422	\$ 44.864,46	\$ 40.798,53
2	\$ 54.041,74	\$ 51.141,83	0,848985737	\$ 45.880,67	\$ 43.418,69
3	\$ 59.308,05	\$ 59.068,82	0,782259041	\$ 46.394,26	\$ 46.207,12
4	\$ 65.102,47	\$ 68.224,49	0,720776781	\$ 46.924,35	\$ 49.174,63
5	\$ 71.467,02	\$ 78.799,28	0,664126768	\$ 47.463,16	\$ 52.332,71
TOTAL				\$ 231.526,90	\$ 231.931,67

$$\text{Relación Beneficio/Costo} = \frac{\text{Beneficios Totales}}{\text{Costos Totales}} = 1,002$$

La relación beneficio costo es de $1.002 > 1$; por lo que el proyecto es viable.

El factor $(1+i)^{-n}$ se conoce con el nombre de factor de actualización, la misma que fue aplicada en el cuadro que antecede.

Nota: Para el cálculo del VAN, TIR, B/C se utilizó como tasa de descuento ponderada del 8.53%.

⁶ MALDONADO Fernando, 2006, Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial Universidad de Cuenca, Cuenca-Ecuador.



3.7 Valuación Financiera

Para la implementación de este proyecto; se tomó en consideración el total de inversión el mismo que será conformado por un 40% de capital propio y un 60% de préstamo bancario sería efectuado al banco del austro, debido a que sus tasa resultaron las más convenientes luego de haber realizado el análisis respectivo.

A continuación presentamos la estructura de financiamiento:

RESTAURANTE "CAMINOS DE MI TIERRA" ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Capital	Estructura de Capital	% Estructura de Capital	Costo de Oportunidad
Propio	7827,2	40%	6,00%
Préstamo	11740,8	60%	10,21%
TOTAL	19568	100%	

3.8 Valuación Social

En lo que respecta a una valuación social, el proyecto en estudio aportará con la comunidad de Tarqui de la siguiente manera:

- A través de la creación de fuentes de empleo para los habitantes de la zona.
- Se fomentará la producción agrícola del lugar puesto que serán nuestros principales proveedores para el abastecimiento de nuestra materia prima.
- Se dará a conocer los principales atractivos turísticos del lugar mediante la proyección de imágenes dentro del restaurante.
- Se respetará el medio ambiente de la zona, mediante una adecuada utilización de los cultivos agrícolas; motivándoles a la población para la siembra de productos libres de fertilizantes y químicos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Se realizará un adecuado manejo de los desperdicios fomentando el reciclaje.
- Se realizará una reforestación de árboles alrededor del restaurante, dando el ejemplo a quienes viven en el sector y mostrándoles de esta manera la importancia que tiene la naturaleza en la actualidad.

3.9 Solución Viable

Luego de haber realizado un análisis de factibilidad del proyecto, se obtuvo los siguientes resultados:

Se obtuvo un VAN de \$28.553, una TIR de 34%, y una relación beneficio costo de 1.002; indicándonos que la viabilidad del proyecto es aceptable.

Podemos decir que no se ha encontrado ningún inconveniente para la realización de este estudio, permitiéndose de esta manera continuar con los estudios del anteproyecto.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el estudio de factibilidad para la creación y desarrollo del restaurant “Caminos de mi Tierra”, se obtuvo las siguientes conclusiones:

- Existe un demanda insatisfecha de establecimientos que ofrezcan a los turistas nacionales y extranjeros comodidad y confort, acompañados de un ambiente que invite a descubrir la cultura, tradición, y gastronomía propia de la región.
- Lo que más valoran los consumidores al momento de elegir un restaurante de comida típica son sus recetas únicas, acudiendo por lo general a establecimientos que se encuentran fuera de la ciudad.
- Existe un incremento de las familias cuencanas en salir a comer fuera de casa, así como de turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra ciudad.
- Para llevar a cabo el desarrollo de este proyecto se requiere del siguiente financiamiento: \$19.568 de los cuales el 40% será aportados por los socios, y el 60% restante median un préstamo.
- Al realizar el flujo de efectivo se obtuvo que durante los tres primeros años se tiene pérdida, sin embargo esta se ve compensada a partir del cuarto año.
Una vez realizada la evaluación económica-financiera, a través de indicadores como el VAN, TIR, relación Beneficio Costo; se puede determinar que el proyecto es viable, permitiendo continuar con los estudios respectivos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RECOMENDACIONES

- Nuestro restaurante ofrecerá variados platos típicos de la zona con una mejor sazón; acompañada de una eficiente atención al cliente los mismos que serán recibidos por personal capacitado cuyo atuendo identificara la región a la cual pertenecen, también se realizaran proyecciones de imágenes de la cultura y lugares turísticos del Ecuador.
- La ubicación del restaurante en el sector de Tarqui permitirá captar al público que gusta de visitar lugares turísticos acompañados de cultura y tradición. El mismo que dará un valor agregado en la preparación de los platos, con la aplicación de recetas antiguas y lograr la fidelidad de los clientes a través de la atención, rapidez en el servicio, calidad y productos orgánicos para la elaboración de la comida.
- En caso de continuar con el proyecto, se recomienda para el préstamo trabajar con las tasas de interés del Banco del Austro, debido a la conveniencia que esta ofrece.
- Aprovechar la afluencia de familias cuencanas, turistas nacionales y extranjeros que buscan conocer la cultura y gastronomía, la misma que esta siendo fomentada por las autoridades competentes, a través de los diferentes medios de comunicación.
- Implementar el proyecto debido a los resultados positivos que se han dado en cada uno de los estudios físico, económico, financiero y social; por lo que no se han encontrado inconvenientes para la continuación de su estudio en el anteproyecto.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

BIBLIOGRAFÍA

LIBRO:

ERAZO SORIA José, Mercadotecnia Un análisis Global de Gestión, Página Web UDA.

KOTLER Philip, 2006, Dirección de Marketing, Editorial Pearson, Duodécima Edición, México.

MALDONADO Fernando, 2006, Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial Universidad de Cuenca, Cuenca-Ecuador.

TESIS:

Martha Patricia Morales Harris, Estudio de factibilidad para la creación de empresas multi-servicios, Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias Económicas Administrativas, 2007.

INTERNET:

http://www.uazuay.edu.ec/investig_proyectos/turismo_comunitario/tarqui/attractivos_turisticos.pdf

<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?>

<http://www.elecuatoriano.com/ecuador/provincias/azuay/cuenca/restaurantes5.html>

<http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php/es/destino-sur/azuay/informacion-por-cantones/15-cuenca/40-tarqui>

<http://www.economia48.com/spa/d/valor-actual-neto/valor-actual-neto.htm>

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO Nº 1

**CUESTIONARIO
ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION Y DESARROLLO DE UN
PRODUCTO**

Para fines de investigación, a continuación presentamos un cuestionario, para el cual necesitamos de su absoluta colaboración y veracidad.

Edad -----

Estado Civil-----

Género-----

Nivel de Educación: -----

1. ¿Acude usted a restaurantes de comida típica?

Si **N**

En caso de ser negativa su respuesta le agradeceremos por su colaboración.

**2.- ¿Cuándo usted sale a consumir comida típica, a qué sector acude?
Indique una sola opción.**

Dentro de la ciudad de Cuenca

Fuera de la ciudad de Cuenca

3.- ¿Con quiénes acude a degustar de la gastronomía cuencana? Señale con una x una sola opción.

a) Familia ()

b) Amigos ()

c) Grupos Empresariales ()

d) Otros (especifique) _____

4.- Señale con una x una sola opción. ¿Con qué frecuencia visita Ud. un restaurante de comida típica?

a) Diaria ()

b) Semanal ()

c) Mensual ()

Otros _____

5.- Señale con una x una sola opción. ¿Cuál de los siguientes aspectos valora Ud. más durante la visita a un restaurante de comida típica?

a) Recetas Únicas ()

b) Precio ()

c) Espacios Verdes ()

d) Servicio ()

6.- ¿Cuánto gasta individualmente en su visita a un restaurante de comida típica? - Señale con una x una sola opción.

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- a) de \$5 a \$10 ()
- b) de \$11 a \$15 ()
- c) de \$16 a \$20 ()
- d) más de \$20 ()

7.- ¿De los platos que se ofrecen cuáles son los que Ud. más consume? Ordene de acuerdo a su preferencia; siendo 1 el más consumido, y 5 el menos consumido.

- a) Cuy con papas ()
- b) Mote pillo ()
- c) Caldo de Gallina ()
- d) Hornado ()
- e) Papas con Cuero ()

8.- Para el tiempo de su estadía en el restaurante, ¿cuáles de los elementos detallados le gustaría que estén presentes en la infraestructura del mismo? Ordene de acuerdo a su preferencia; siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

- a) Áreas Verdes ()
- b) Decoración Autóctona ()
- c) Música Andina ()
- d) Juegos Infantiles ()
- e) TV cable ()

9.- De los nombres de restaurantes que se presentan a continuación. ¿Cuál es el que más le llama la atención? Señale con una x una sola opción.

- Casa Vieja
- Rincón de Cuenca
- Caminos de mi Tierra



UNIVERSIDAD DE CUENCA

10.- Indique ¿cuál es su nivel de ingresos?

\$200 a \$300

\$400 a \$500

Más de \$500

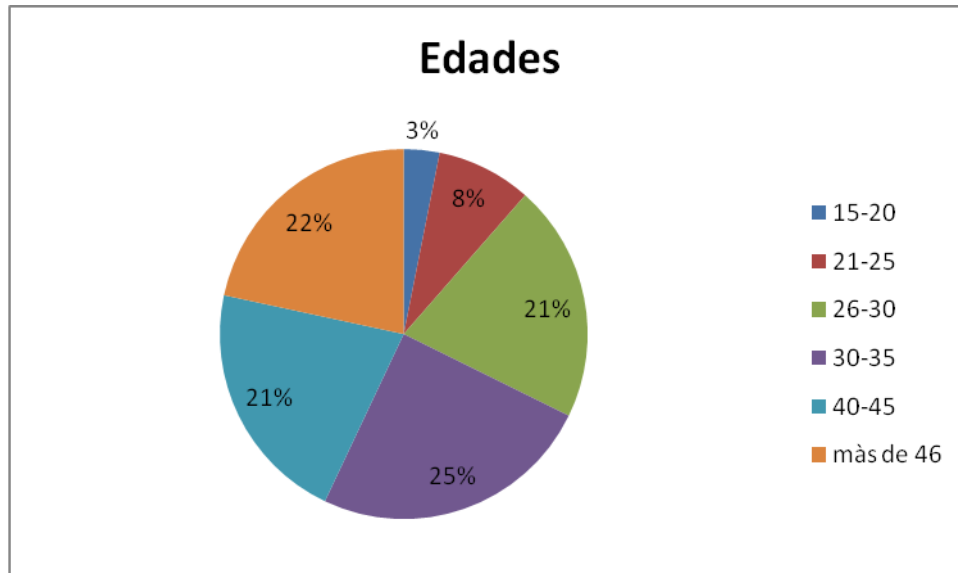
Le agradecemos por su colaboración.



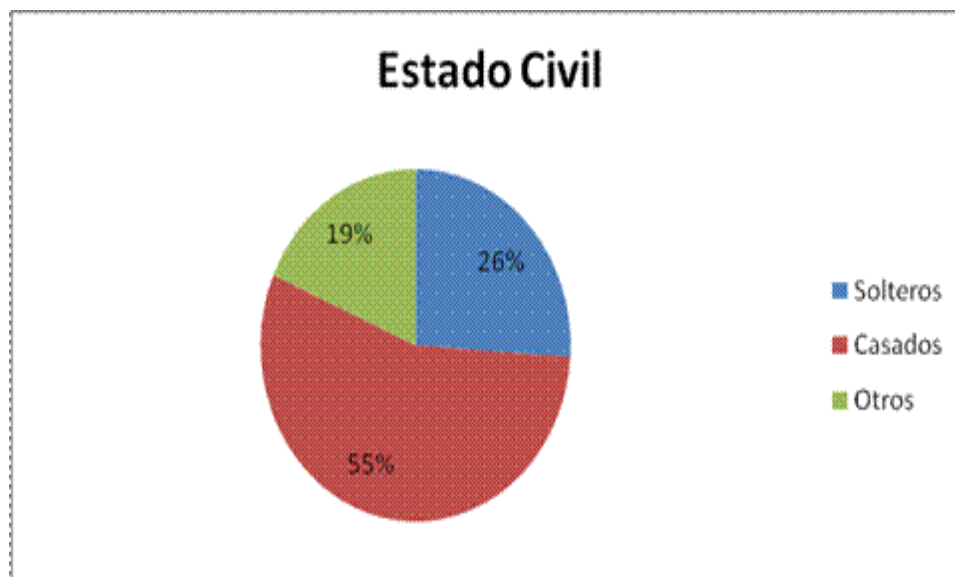
UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO Nº 2

ORDENAMIENTO Y TABULACIÓN DE DATOS; GRÁFICOS QUE CONTIENE PORCENTAJES



Las edades de los encuestados están alrededor de 30 a 35 años de edad con un 25%; seguidos del 22% que corresponden a personas de más de 46 años de edad, existiendo un similar porcentaje del 21% edades : de 40-45 y 26-30.



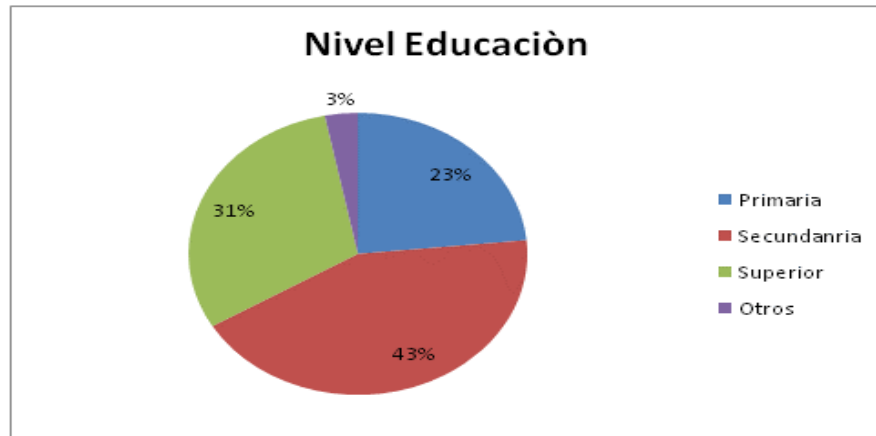
De los encuestados el 55% son casados; y el 26 % solteros; siendo el 19% otros.

AUTORAS:

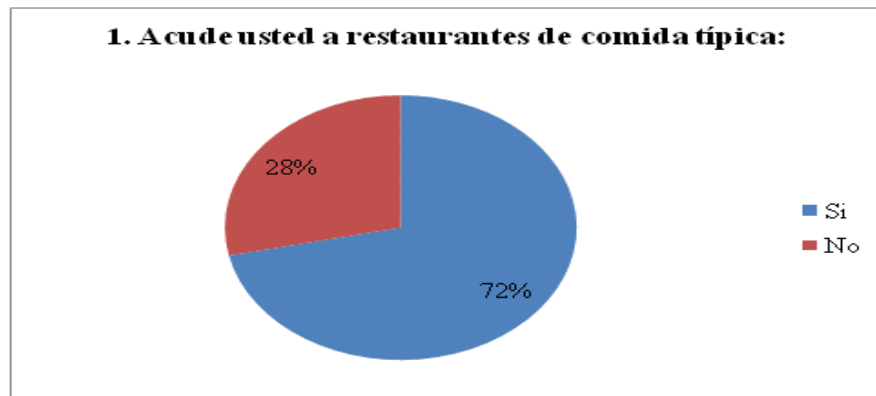
Ana Durán
Jenny Guzmán



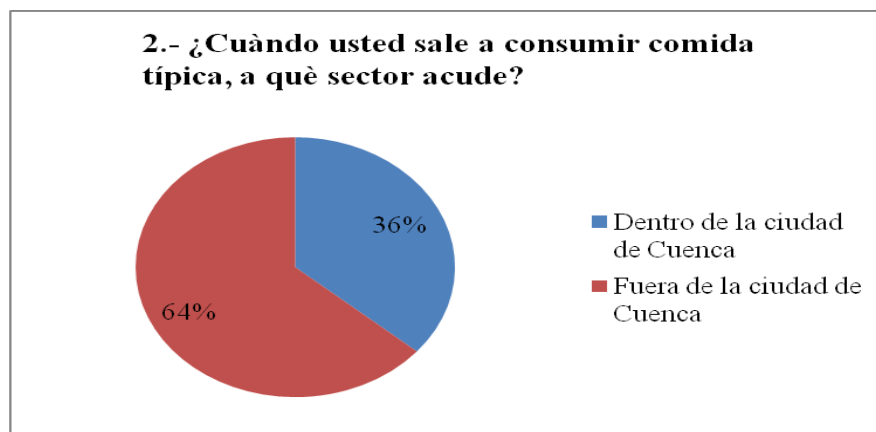
UNIVERSIDAD DE CUENCA



De la encuesta realizada tenemos que el 43% tienen educación secundaria, el 31% tienen educación superior, el 23% tiene educación primaria y el 3% tiene otro tipo de educación.



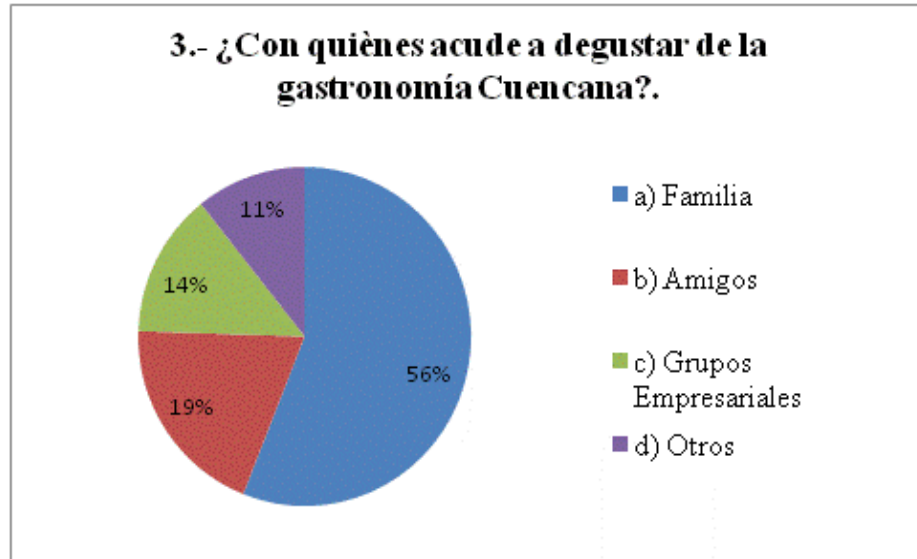
De los encuestados tenemos que el 72% acude a restaurantes de comida típica y un 28% no lo hace.



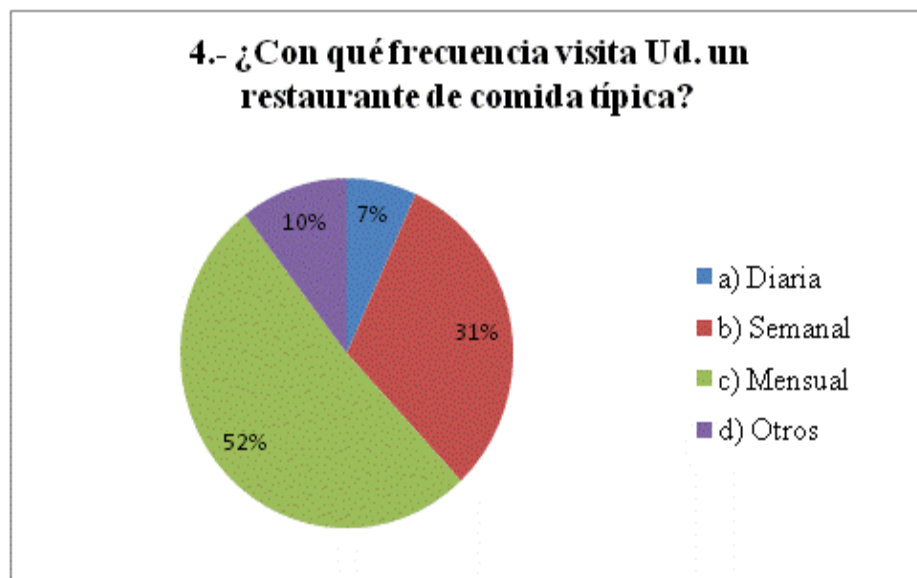
AUTORAS:
Ana Durán
Jenny Guzmán



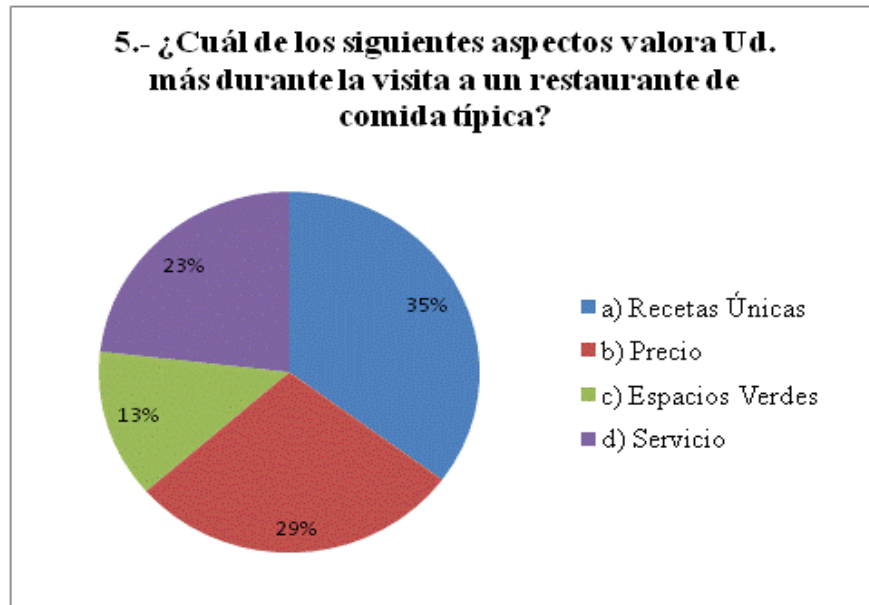
De los datos obtenidos tenemos un 64% acuden a comer comida típica fuera de la ciudad, mientras que el 36% restante lo hace dentro de la ciudad.



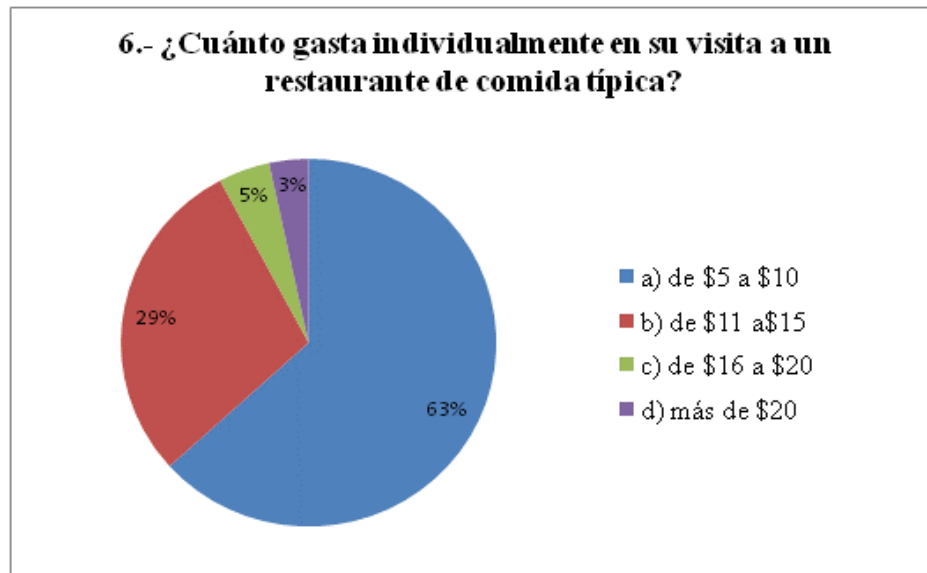
Del cuadro se obtiene que el 56% de las personas que acuden a degustar de la gastronomía cuencana son Familias, un 19% son grupos de amigos, un 14% grupos empresariales, y un 11% otros.



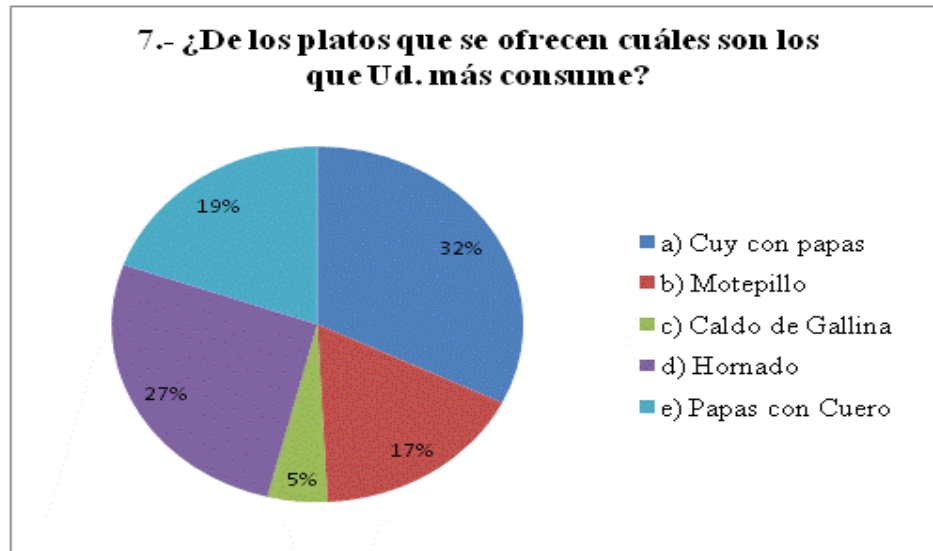
De la tabulación podemos decir, que un 52% de las personas que acuden a consumir de manera mensual platos típicos, un 31% lo hace de manera semanal, un 10% otros y un 7% de forma diaria.



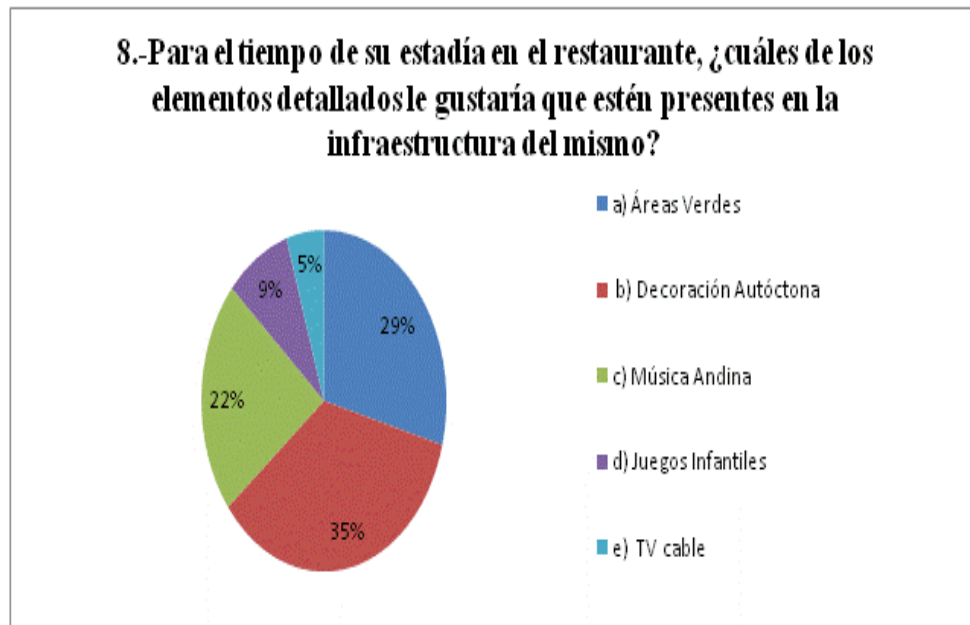
De los datos obtenidos por la encuesta encontramos que, un 35% prefiere las recetas únicas al momento de elegir un restaurante de comida típica, un 29% toma en consideración el precio, un 23% el servicio y un 13% los espacios verdes.



Del gráfico podemos concluir que un 63% de los consumidores gasta individualmente entre \$5 a \$10 en comida típica, un 29% entre \$11 a \$15, un 5% entre \$16 a \$20, y un 3% más de \$20.



De los encuestados tenemos que de acuerdo a su grado de preferencia se obtuvo el siguiente orden: En primer lugar esta el plato de cuy con papas, en un segundo lugar se encuentra el plato de hornado, el tercer lugar se encuentra el plato de papas con cuero, el cuarto lugar está el plato de mote pillo y por último se encuentra el plato de caldo de gallina.

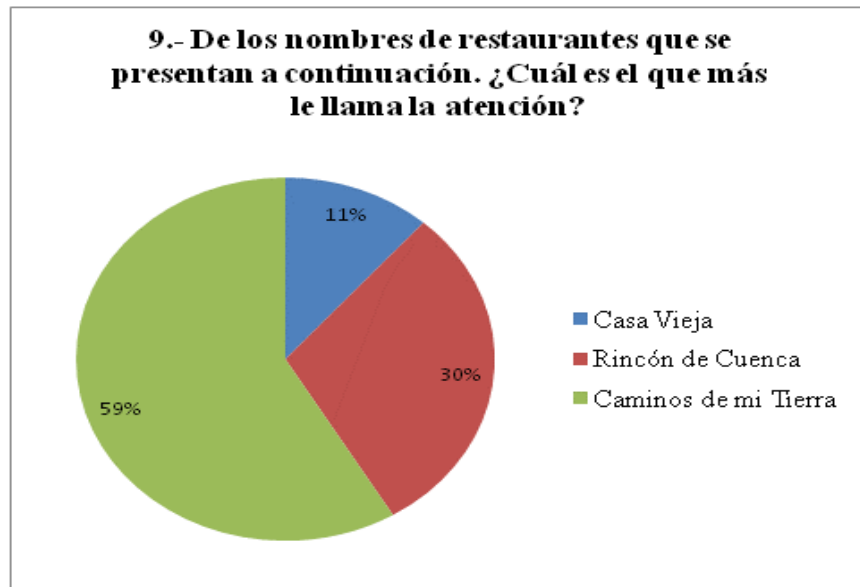


De los datos obtenidos mediante la encuesta, tenemos que el orden de acuerdo a las preferencias de los consumidores que les gustaría que estén presente dentro de un restaurante de comida típica, tenemos en primer lugar se encuentran los productos orgánicos para la elaboración de la comida y la decoración autóctona, en un segundo lugar se encuentra las áreas verdes, en

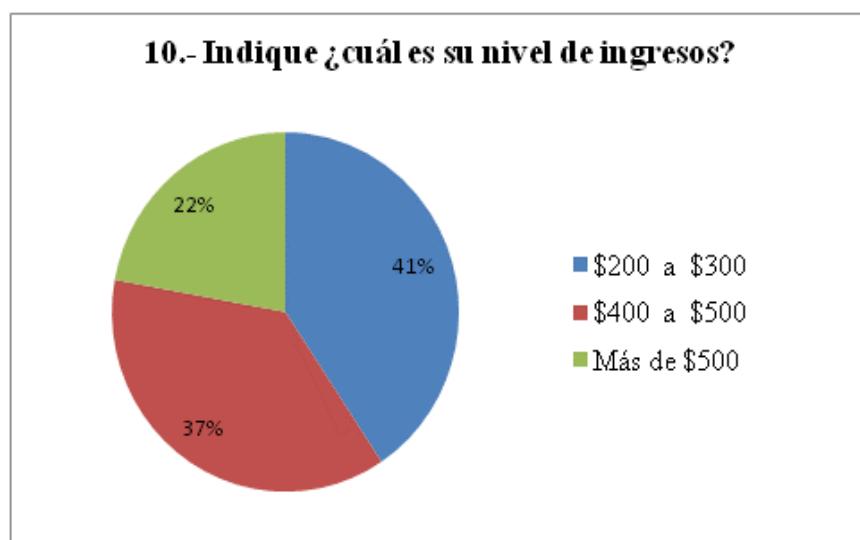


UNIVERSIDAD DE CUENCA

tercer lugar está la música andina, en el cuarto lugar los juegos infantiles y por último tenemos el tv cable.



De acuerdo a la encuesta realizada se puede decir que un 59% de aceptación tuvo el nombre de Caminos de mi Tierra, seguido con un 30% de Rincón de Cuenca, y un 11% tuvo el nombre de Casa Vieja.



El nivel de ingresos de los encuestados se encuentra en un 41% entre los \$200 a \$300, un 37% entre \$400 a \$500, y en un 22% con más de \$500.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO N°3

REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.UNIT	P.TOTAL
Cocina	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Refrigeradora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Infocus	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Computadora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Caja Registradora	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Mesas	8	\$ 62,50	\$ 500,00
Sillas	32	\$ 9,38	\$ 300,00
Muebles de Oficina	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL			\$ 5.220,00

Los datos que se muestra en el cuadro anterior, estan respaldados por las respectivas proformas y las compras serán con proveedores al mayoreo.

REQUERIMIENTOS PARA PUESTA EN MARCHA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.UNIT	P.TOTAL
Cilindros de Gas Industrial	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Batidora	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Licuada	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Tostadora	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Sartèn	2	\$ 17,50	\$ 35,00
Ollas Grandes	4	\$ 37,50	\$ 150,00
Paila	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Bandeja	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Jarra	8	\$ 6,00	\$ 48,00
Vasos	24	\$ 0,83	\$ 20,00
Cuchillos	3	\$ 3,33	\$ 10,00
Cubiertos	24	\$ 1,67	\$ 40,00
Platos hondos	24	\$ 1,25	\$ 30,00
Platos tendidos	24	\$ 1,25	\$ 30,00
Copas pequeñas	12	\$ 3,00	\$ 36,00
Copas de Vino	12	\$ 4,50	\$ 54,00
Floreros	8	\$ 1,88	\$ 15,00
Decoraciòn		\$ 550,00	\$ 550,00
TOTAL			\$ 1.608,00

GASTOS DE SERVICIOS BASICOS	
DESCRIPCION	VALOR
AGUA	\$ 80,00
LUZ	\$ 50,00
TELEFONO	\$ 30,00
ZONA WI-FI	\$ 35,00
TOTAL	\$ 195,00

GASTOS DE PUBLICIDAD	
TOTAL	\$ 150,00

AUTORAS:
Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**RESTAURANTE "CAMINOS DE MI TIERRA"
COSTOS MENSUALES DE INSUMOS**

Descripción	Cantidad	Costo Unit	Costo Total
Arroz	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Azúcar	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Papas	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Gas	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Cebollas	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Tomates	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Lechugas	13	\$ 0,20	\$ 2,60
Mote	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Chancho	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Cuy	16	\$ 7,00	\$ 112,00
Carne de Res	25	\$ 6,50	\$ 162,50
Carbón	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Otros		\$ 50,00	\$ 50,00
Bebidas			\$ 150,00
Total Mensual			\$ 1.051,60
Total Anual			\$ 12.619,20

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**RESTAURANT "CAMINOS DE MI TIERRA"
ROL DE PROVISIONES**


Nombre		Total de Ingresos	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15 %	Vacaciones	COSTO TOTAL
1	Administrador	\$ 440,00	\$ 36,67	\$ 18,33	\$ 24,33	\$ 53,46	\$ 36,67	\$ 609,46
2	Auxiliar de Contabilidad	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 12,17	\$ 24,33	\$ 35,48	\$ 24,33	\$ 412,64
3	Cajero	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 12,17	\$ 24,33	\$ 35,48	\$ 24,33	\$ 412,64
4	Cocinero	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 12,17	\$ 24,33	\$ 35,48	\$ 24,33	\$ 412,64
5	Ayudante de cocina	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 12,17	\$ 24,33	\$ 35,48	\$ 24,33	\$ 412,64
6	Guardia	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 12,17	\$ 24,33	\$ 35,48	\$ 24,33	\$ 412,64
TOTAL		\$ 1.900,00	\$ 158,33	\$ 79,17	\$ 146,00	\$ 230,85	\$ 158,33	\$ 2.672,68


AUTORAS:
Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RECETAS ESTANDAR


MENU:		PLATO TIPICO		
RECETA:		CUY CON PAPAS		
PORCIONES :		6		
				
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Ganancia 22%
Cuy Pelado y Limpio	1	\$ 7,00	\$ 7,00	
Ramas de Cebolla Blanca	2	\$ 0,03	\$ 0,06	
Libras de Papas	2	\$ 0,35	\$ 0,70	
1/2 Taza de Leche	0,50	\$ 0,10	\$ 0,05	
Aliños	4	\$ 0,08	\$ 0,32	
Mote	2	\$ 0,15	\$ 0,30	
Carbòn	1	\$ 1,00	\$ 1,00	
Total de MP			\$ 9,43	
Mano de Obra	1	\$ 3,43	\$ 3,43	
Costo Total			\$ 22,29	\$ 27,20
Costo por Porciòn			\$ 3,72	\$ 4,53


MENU:		PLATO TIPICO		
RECETA:		CARNE ASADA		
PORCIONES :		4		
				
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Ganancia 22%
Libras de Carne de Res	4	\$ 1,80	\$ 7,20	
Ramas de Cebolla Blanca	2	\$ 0,07	\$ 0,14	
Libras de Papas	2	\$ 0,30	\$ 0,60	
Aliños	4	\$ 0,12	\$ 0,48	
Choclo	4	\$ 0,40	\$ 1,60	
Carbòn	1	\$ 1,00	\$ 1,00	
Total de MP			\$ 11,02	
Mano de Obra	1	\$ 3,43	\$ 3,43	
Costo Total			\$ 25,47	\$ 31,08
Costo por Porciòn			\$ 6,37	\$ 7,77

AUTORAS:
Ana Durán
Jenny Guzmán




UNIVERSIDAD DE CUENCA

MENU:		PLATO TIPICO			
RECETA:		MOTE PILLO			
PORCIONES :		4			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Ganancia 22%	
Mote Pelado	2 libras	\$ 1,00	\$ 2,00		
Manteca Vegetal	1 cucharada	\$ 0,10	\$ 0,10		
Aliños	1 cucharada	\$ 0,03	\$ 0,03		
Huevos	6	\$ 0,12	\$ 0,72		
Cebolla Verde	1 tallo	\$ 0,01	\$ 0,01		
Total de MP			\$ 2,86		
Mano de Obra	10 minutos	\$ 0,55	\$ 0,55		
Costo Total			\$ 6,27	\$ 7,65	
Costo por Porción			\$ 1,57	\$ 1,91	

MENU:		PLATO TIPICO			
RECETA:		LLAPINGACHO			
PORCIONES :		4			
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Ganancia 22%	
Papa Cocinada	1 libras	\$ 0,30	\$ 0,30		
Aliños	1 cucharada	\$ 0,03	\$ 0,03		
Manteca de Color	4 cucharada	\$ 0,03	\$ 0,12		
Cebolla Colorada	2 cebollas	\$ 0,10	\$ 0,20		
Tomate Riñòn	2tomates	\$ 0,08	\$ 0,16		
Limòn	Mitad de un Limòn	\$ 0,05	\$ 0,05		
Total de MP			\$ 0,86		
Mano de Obra	30 Minutos	\$ 1,72	\$ 1,72		
Costo Total			\$ 3,44	\$ 4,19	
Costo por Porción			\$ 0,86	\$ 1,05	



UNIVERSIDAD DE CUENCA

MENU:		PLATO TIPICO		
RECETA:		HORNADO		
PORCIONES :		50		
Ingredientes	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Ganancia 22%
1 Chanco		\$ 200,00	\$ 200,00	
Aliños		\$ 10,00	\$ 10,00	
Lechugas	20	\$ 0,30	\$ 6,00	
Cebolla Colorada	20	\$ 0,40	\$ 8,00	
Tomate Riñòn	20	\$ 0,40	\$ 8,00	
Tostado	porciòn	\$ 0,80	\$ 0,80	
Limòn	20	\$ 0,05	\$ 1,00	
Papas	10	\$ 0,40	\$ 4,00	
Total de MP			\$ 237,80	
Mano de Obra	2	\$ 10,29	\$ 20,59	
Costo Total			\$ 496,19	\$ 605,35
Costo por Porciòn			\$ 9,92	\$ 12,11

COSTO TOTAL PROMEDIO	
COSTO POR PORCION PROMEDIO	\$ 5,47

TOTAL MP	\$ 261,97
-----------------	-----------



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INGRESOS ESTIMADOS

Nº Años	Nº Personas	Precios	Ingresos
1	8089	\$ 5,47	\$ 44.278,64
2	8494	\$ 6,02	\$ 51.141,83
3	8919	\$ 6,62	\$ 59.068,82
4	9364	\$ 7,29	\$ 68.224,49
5	9833	\$ 8,01	\$ 78.799,28
6	10324	\$ 8,82	\$ 91.013,17
7	10841	\$ 9,70	\$ 105.120,21
8	11383	\$ 10,67	\$ 121.413,84
9	11952	\$ 11,73	\$ 140.232,99
10	12549	\$ 12,91	\$ 161.969,10
TOTAL			\$ 921.262,39

Población de Cuenca según el INEC	505585
1,6%	8089,36

Incremento Precio	10%
Incremento Nº Personas	5%



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Restaurante "Caminos de mi Tierra"
Plan de Inversión
(Miles de dólares en efectivo)

Rubro\Años		0
EGRESOS:		
Obra Civil		9.700,0
Costos Directos		8.900,0
Baños		300,0
Tapizado para Pared		600,0
Madera para Tumbado		700,0
Madera para Ventanas		400,0
Madera para Puertas		500,0
Empotrados de Cocina		1.000,0
Tejas		1.000,0
Piedra		1.000,0
Arena		1.000,0
Barro		600,0
Mano de Obra Calificada		1.200,0
Mano de Obra No Calificada		600,0
Costos Indirectos		800,0
Costos Varios		300,0
Imprevistos		500,0
Adquisiciones:		9.868,0
Equipo		4.220,0
Cocina		800
Refrigeradora		1200
Infocus		500
Computadora		600
Caja Registradora		320
Mesas		500
Sillas		300
Mobiliario		1.000,0
Muebles de Oficina		1000
Servicios Basicos		2.340,0
AGUA		960
LUZ		600
TELEFONO		360
ZONA WI-FI		420
TRAMITES Y PERMISOS		700
Municipio,Bomberos,SRI,		
Turismo		
Utensillos Básicos		1.608,0
Cilindros de Gas Industrial		400
Batidora		20
Licuadaora		70
Tostadora		45
Sartèn		35
Ollas Grandes		150
Paila		25
Bandeja		30
Jarra		48
Vasos		20
Cuchillos		10
Cubiertos		40
Platos hondos		30
Platos tendidos		30
Copas pequeñas		36
Copas de Vino		54
Floreros		15
Decoración		550
Egresos Totales:		19.568,0
FINANCIAMIENTO:		
Capital Propio	0,4	7.827,2
Préstamo	0,6	11.740,8
Financiamiento Total:		19.568,0
Efectivo como (K) supuesto		1.000,0

AUTORAS:
Ana Durán
Jenny Guzman



UNIVERSIDAD DE CUENCA

VALORES RESIDUALES

Vida Util (en años):

Construcciones	30
Equipo y Mobiliario	5

Valores Residuales:

Construcciones	\$	8.083,33
Equipo y Mobiliario		0
Terreno	\$	50.000,00
TOTAL:	\$	58.083,33

VAL RESIDUAL = VAL DE AD - DEP ACUMULADA

DEP ACUMUL = Dep anual*No. Años uso

	VALOR DE ADQUISICION	DEP ANUAL	DEP ACUM	VALOR RESIDUAL
Construcciones	\$ 9.700,00	\$ 323,33	\$ 1.616,67	\$ 8.083,33
Equipo y Mobiliaria	\$ 5.220,00	\$ 1.044,00	\$ 5.220,00	\$ -
Terreno	\$ 50.000,00			\$ 50.000,00
TOTALES	\$ 64.920,00	\$ 1.367,33	\$ 6.836,67	\$ 58.083,33

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Restaurante "Caminos de mi Tierra"
Información Operativa
(Miles de Dólares en Efectivo)

Rubro\Años	0	1	2	3	4	5
VENTAS		56.728,32	65.521,21	75.677,00	87.406,93	100.955,01
COMPRAS:		13.579	14.889	16.328	17.907	19.643
Insumos Materiales:		12.619	13.881	15.269	16.796	18.476
Equipo						
Mantenimiento		960	1.008	1.058	1.111	1.167
MANO DE OBRA:		32.072	35.279	38.807	42.688	46.957
OTROS GASTOS:		3.540	3.823	4.129	4.459	4.816
AGUA		960	1.037	1.120	1.209	1.306
LUZ		600	648	700	756	816
TELEFONO		360	389	420	453	490
ZONA WI-FI		420	454	490	529	571
Publicidad		1200	1.296	1.400	1.512	1.633
CAPITAL DE TRABAJO:		500	550	594	642	693
Efectivo como capital de Trabajo						

10%	Incremento de Insumo de Materiales
10%	Incremento de Sueldos
8%	Incremento Servicios
10%	Incremento Capital de Trabajo
5%	Incremento del Mantenimiento



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO Nº 4

**RESTAURANTE "CAMINOS DE MI TIERRA"
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO**

Capital	Estructura de Capital	% Estructura de Capital	Costo de Oportunidad	Tasa de Descuento
Propio	7827,2	40%	6,00%	2,40%
Prèstamo	11740,8	60%	10,21%	6,13%
TOTAL	19568	100%		8,53%



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DISEÑO

1.1.- INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años se ha visto como la mayoría de familias acuden a comer en diversos lugares fuera de casa con el propósito de compartir más con sus seres queridos.

Así también grupos empresariales, turistas nacionales y extranjeros, que gustan disfrutar de los diversos paisajes y de la gastronomía que posee el cantón Cuenca.

Es por ello que se presenta una oportunidad en el mercado cuencano en cuanto a cubrir una necesidad de alimentación y servicio.

El restaurante “Caminos de mi tierra” será una empresa que ofrecerá una gastronomía completa de la región Austral, con recetas propias que conservarán su sabor y tradición en la preparación de los platos, cuyos ingredientes serán naturales.

Así también ofrecerá un servicio de calidad, atendiendo las necesidades del cliente más exigente, al estar ubicado en una zona de hermosos paisajes y cultura como es el sector de Tarqui; brindará un ambiente natural con la posibilidad de recrearse, disfrutar del contacto con la naturaleza, liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad.

Sus instalaciones tendrán diseños propios de la región acompañada de una proyección de imágenes de la ciudad y del país, que invitaran a recorrer cada uno de los rincones de la nación ecuatoriana.

Para el óptimo desarrollo de este proyecto es conveniente realizar un adecuado estudio de factibilidad para la creación del producto, realizando un análisis económico, financiero, físico y social que brinde la información suficiente y competente, para poder determinar su viabilidad y la correcta toma de decisiones para el inversionista.

1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hemos observado que en el sector de Tarqui, existen lugares de venta de comida rápida y uno que otro de comida propia de la región; pero ninguno ofrece un servicio que satisfaga las necesidades del consumidor, debido a que su servicio es ineficiente y su infraestructura no brindan la comodidad necesaria que requiere el cliente.

Es notoria la existencia de locales de venta de comida en el sector, pero ninguno con las características que nuestro proyecto ofrece, lo que nos hace únicos al momento de ofrecer el producto y de prestar el servicio.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.3.1.- Objetivo General:

Elaborar el estudio de factibilidad para la creación de un producto (Restaurante) en la comunidad de Tarqui.

1.3.2.- Objetivos Específicos:

- Determinar nuestro mercado meta
- Determinar el perfil de los posibles consumidores.
- Realizar el estudio económico y financiero
- Evaluar la factibilidad del proyecto

1.4.- JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN:

Nuestro trabajo se justifica según los siguientes criterios:

Criterio Académico: Los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera universitaria en la escuela de Administración de Empresas; nos permitirá enfocar en forma objetiva y práctica lo estudiado en todas las materias vistas en nuestra formación académico.

Criterio Institucional: El tema propuesto es de gran importancia para quienes están interesados en invertir en el proyecto ya que proporcionará información útil para la continuidad del estudio y para la correcta toma de decisiones.

Criterio de Carácter Social: Con la aplicación del estudio de factibilidad nos permitirá obtener un análisis comprensivo, que servirá para recopilar datos relevantes para la creación y desarrollo del producto, y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede, su estudio o implementación.

Criterio Personal: Al habernos preparado en la carrera de Administración de Empresas nos sentimos capacitadas para desarrollar este estudio; sin dejar a lado el interés y gusto que despertó en nosotros el tema de investigación propuesto.

Criterio de Factibilidad: Para poder efectuar el desarrollo de esta tesina; se cuenta con la información bibliográfica necesaria y la colaboración de docentes expertos en el tema.

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



1.5.- ALCANCE

El presente estudio será realizado en la provincia del Azuay Cantón Cuenca parroquia Tarqui.

El siguiente trabajo contempla el estudio de factibilidad para la creación y desarrollo de un producto “Restaurante Caminos de mi Tierra”, el mismo que incluirá la detección de la necesidad, la definición del problema, la búsqueda de información, la generación de soluciones, la valuación física económica financiera y social obteniendo como resultado final su posible solución viable.

1.6.- LIMITACIONES

En este caso las posibles limitantes para la realización de la investigación fueron, el tiempo disponible y los costos del estudio.

El tiempo disponible para desarrollar la presente investigación fue determinante para logra los objetivos planteados ya que el mismo se redujo a consecuencia de las diversas ocupaciones laborales y personales, afectando de esta manera el cumplimiento de los planes y su influencia de los costos del mismo.

2.- MARCO TEÓRICO

Desarrollo de un Producto: “Estrategia de crecimiento en la que una empresa desarrolla nuevos productos para mercados que ya atiende. Es la etapa de la vida de un producto nuevo y en la que se investigan sus características y la adecuación al mercado. Si son productos ya comercializados el objetivo es prolongar su vida dentro del mercado.”⁷

Producto: “Conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades”.⁸

Estudio de Factibilidad: “Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo e implementación”.⁹

Valuación Física: “Constituye una respuesta al planteamiento de las soluciones planteadas; es decir, analizar en forma técnica y científica todas las

⁷ http://diccionario.babylon.com/desarrollo_de_producto/

⁸ Dirección de Marketing, 2008, Editorial vértice, España.

⁹ <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>

AUTORAS:

Ana Durán
Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

posibilidades de que esas soluciones, puedan realizarse físicamente a la luz de la tecnología disponible”.¹⁰

Valuación económica: “Consiste en determinar el costo del proyecto; es decir, comparar los costos con los beneficios (relación costo – beneficio); observar si el desarrollo del producto, está en posibilidades de enfrentar este problema; y, quizás lo más fundamental, el grado de rentabilidad que va a generar; y, el tiempo de recuperación de la inversión”.¹¹

Valuación Financiero: “Consiste en determinar la existencia y procedencia de los recursos económicos – financieros, necesarios para llevar adelante el proyecto (recursos propios, ajenos, nacionales, internacionales, etc.)”¹²

Valuación Social: “Significa analizar el impacto social del proyecto, en el medio en donde se va a desarrollar; para lo cual, se deberá observar algunos parámetros, como son: Generación de fuentes de trabajo, utilización de recursos naturales, grado de utilización de tecnología propia, generación de divisas, impacto sociológico, etc.”¹³

3.- METODOLOGIA

Se realizara una investigación con fuentes primarias y secundarias; así como también la utilización de técnicas económicas y financieros, de tal manera que los resultados que se obtengan con el trabajo, puedan ser aplicados de manera provechosa en la unidad de análisis, y sirva para una correcta toma de decisiones con respecto a la viabilidad del proyecto.

4. ESQUEMA TENTATIVO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN NUEVO PRODUCTO “RESTAURANTE CAMINOS DE MI TIERRA” UBICADO EN EL SECTOR DE TARQUI.

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

1.1 Antecedentes Históricos

1.2 Antecedentes Geográficos

¹⁰ ERAZO SORIA José, Mercadotecnia Un Análisis Global de Gestión, Página Web UDA.

¹¹ ERAZO SORIA José, Mercadotecnia Un Análisis Global de Gestión, Página Web UDA.

¹² ERAZO SORIA José, Mercadotecnia Un análisis Global de Gestión, Página Web UDA.

¹³ ERAZO SORIA José, Mercadotecnia Un análisis Global de Gestión, Página Web UDA.

AUTORAS:

Ana Durán

Jenny Guzmán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- 1.3 Población de la Parroquia Tarqui
- 1.4 Atractivos Turísticos del sector

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

- 2.1 Importancia de la creación de un producto
- 2.2 Metodología para el desarrollo de un Producto
 - 2.2.1 Definición de Estudio de Factibilidad
 - 2.2.2 Objetivos de Estudio de Factibilidad
 - 2.2.3 Elementos del Estudio de Factibilidad

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

- 3.1 Detección de la necesidad
- 3.2 Definición del Problema
- 3.3 Búsqueda de la Información
- 3.4 Generación de Posibles soluciones
- 3.5 Valuación Física
- 3.6 Valuación Económica
- 3.7 Valuación Financiera
- 3.8 Valuación Social
- 3.9 Solución viable

Conclusiones y Recomendaciones

4. Referencias Bibliográficas:

Dirección de Marketing, 2008, Editorial vértice, España.
ERAZO SORIA José, Mercadotecnia Un Análisis Global de Gestión, Página Web UDA.
KOTLER, Philip, 2006, Dirección de Marketing, Editorial Pearson, Mexico.
http://diccionario.babylon.com/desarrollo_de_producto/
<http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>