



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“ESTUDIO PREVIO A LA IMPLEMENTACION DE UN  
RESTAURANTE DE COMIDA TIPICA EN LA ZONA DE  
RICAURTE.”**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE  
INGENIERO COMERCIAL**

**AUTORES:**

**IVAN ANDRES SANCHEZ CORDERO**

**CARLOS ANDRES CORDERO CARDENAS**

**DIRECTOR: DR. GIORDANO TORRES**

**CUENCA - ECUADOR**

**2010**

## Tabla de Contenidos

<b>Resumen</b> .....	
<b>Abstract</b> .....	
<b>CAPITULO I: Generalidades del Proyecto</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2. Objetivos</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3. Misión</b> .....	<b>2</b>
<b>1.4. Visión</b> .....	<b>3</b>
<b>CAPITULO II: Estudio de Mercado</b> .....	<b>4</b>
<b>2.1. Análisis de la Demanda</b> .....	<b>4</b>
<b>2.2. Análisis de la Competencia</b> .....	<b>11</b>
<b>2.3. Determinación de la Demanda Insatisfecha</b> .....	<b>13</b>
<b>2.4. Análisis del Precio</b> .....	<b>14</b>
<b>2.5. Analisis de la Comercialización:</b> .....	<b>15</b>
<b>2.6. Analisis de Provisión de recursos:</b> .....	<b>16</b>
<b>CAPITULO III: Estudio Técnico</b> .....	<b>18</b>
<b>3.1. Análisis de Localizacion</b> .....	<b>18</b>
<b>3.2. Análisis del Tamaño</b> .....	<b>18</b>
<b>3.3. Análisis del Proceso</b> .....	<b>20</b>
<b>3.4. Análisis de las Adecuaciones</b> .....	<b>25</b>
<b>CAPITULO IV: Estudio Financiero</b> .....	<b>27</b>
<b>4.1. Análisis de Inversiones y Financiamiento</b> .....	<b>27</b>
<b>4.2. Análisis de Ingresos</b> .....	<b>30</b>
<b>4.3. Análisis de Egresos.</b> .....	<b>30</b>
<b>4.5. Análisis del Punto de Equilibrio</b> .....	<b>33</b>
<b>4.6. Análisis de la Rentabilidad.</b> .....	<b>33</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>35</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>36</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>37</b>

## **RESUMEN**

El siguiente trabajo estudia la factibilidad de implementar un restaurante de comida típica dedicado a la preparación de cuyes, el mismo que estará ubicado en la zona de Ricaurte a 10 minutos de la ciudad de Cuenca. Específicamente en el sector denominado El Tablón, el mismo que se encuentra a 400 metros del centro de Ricaurte.

La zona donde estaremos ubicados se caracteriza por la preparación de este plato típico, es por eso que nosotros buscaremos alcanzar una notoria diferenciación, enfocándonos en prestar un servicio y una atención de primera, en un lugar amplio cómodo y limpio. Así mismo nos preocuparemos por ofrecer un cuy asado de la mejor calidad y sabor.

Después de haber llevado a cabo un análisis de mercado, técnico y financiero, se ha podido demostrar la viabilidad para la implementación de este restaurante de comida típica.

# CAPITULO I

## 1. Generalidades del Proyecto

### 1.1. Introducción.

La monografía expuesta a continuación estudiará la factibilidad de implementar un restaurante de comida típica en la parroquia de Ricaurte.

Nuestro restaurante se especializará en la preparación del cuy. Como sabemos la zona donde estará situado el local se caracteriza por la preparación de este platillo; lo que se espera, se convierta en una oportunidad de hacer aún más notoria la diferenciación que propone este restaurant.

El cuy (cobayo o curí) es un mamífero roedor originario de la zona andina de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. El cuy constituye un producto alimenticio de alto valor nutricional. Este animal es muy apetecido en nuestro medio, por el delicioso sabor que posee, y su consumo está relacionado con acontecimientos importantes, como son bautizos, cumpleaños, bodas, reuniones de amigos, motivos de festejo en general.

Al estar situados en esta zona de Ricaurte, lugar caracterizado por preparación y venta de cuyes, lo que se pretende, es alcanzar una diferenciación en lo que respecta al servicio y presentación, a más de preparar un cuy asado de alta calidad y de exquisito sabor.

Nuestro restaurante estará dotado con una infraestructura acogedora típica de la zona, pero a su vez elegante, limpia, y segura. Queremos ser la mejor alternativa para recibir a familias, a grupos de turistas, nacionales y extranjeros que deseen pasar un momento agradable y degustar un plato típico de excelente calidad.

Estaremos ubicados en Ricaurte, parroquia rural del cantón Cuenca, específicamente en sector denominado “El Tablón”, que se encuentra en la parte más elevada de esta zona, y cuenta con una vista privilegiada. La extensión del terreno es sumamente grande, por

lo que se contará con parqueadero, así como también amplios espacios verdes destinados al esparcimiento de las familias.

El nombre que le hemos dado al restaurante es “El Tablón”, ya que así haremos alusión al sector donde estará localizado. Otra razón por la que se escogió “El Tablón” es por lo simple del nombre, y porque estamos seguros que de esta manera permaneceremos en la mente de nuestros clientes.

Se destinara fondos suficientes para el desarrollo de una campaña publicitaria que nos permita, en el menor tiempo posible captar al mayor número de personas, que acudan a “El Tablón” a experimentar esta propuesta. De esta manera podremos llegar a establecernos como una nueva y mejor alternativa de una manera más rápida.

El manejo de “El Tablón” se lo llevará a cabo bajo un estricto apego a normas de calidad, es por eso que nuestros insumos serán cuidadosamente seleccionados. Nuestros proveedores deberán ser calificados. Así mismo nos preocuparemos por capacitar a los empleados, para que brinden a los clientes el buen trato que se merecen.

## **1.2. Objetivos**

- Ofrecer a todos nuestros clientes un lugar acogedor, cómodo y limpio, donde puedan compartir momentos agradables con sus familiares y amigos.
- Destacarnos notoriamente en lo que respecta a una atención y servicio de primera.
- Establecernos, a corto plazo, como el restaurante de comida típica con mayor renombre de la región.

## **1.3. Misión**

Proporcionar a todas las personas que nos visiten, la mejor atención y servicio, así como también un cuy de la más alta calidad y de exquisito sabor, para así establecernos como la primera opción en comida típica.

#### **1.4. Visión**

Para el año 2012 nos proponemos ser el mejor restaurante de comida típica de la región, y de esta manera llegar a ser un atractivo turístico en la zona, y así los clientes tanto locales como nacionales puedan reconocernos solo por el nombre.

## CAPITULO II

### 2. Estudio de Mercado

#### 2.1. Análisis de la demanda

Lo que se pretende al llevar a cabo este análisis es extraer información de los posibles clientes. La misma que nos permita conocer si es que obtendremos la aceptación necesaria en el medio. Para lo cual realizaremos nuestro estudio a las familias que formen parte del área urbana del cantón Cuenca, y que tengan los ingresos suficientes para destinarlos al consumo de alimentos en restaurantes.

A continuación se expondrán los datos que de la población total del cantón Cuenca correspondientes al VI censo poblacional del año 2001 y su proyección en base a la tasa de crecimiento poblacional.

<b>tasa crecimiento</b>	<b>año</b>	<b>población Urbana</b>
2	2001	277,374
1.96%	2002	282,811
1.91%	2003	288,212
1.03%	2004	291,181
1.24%	2005	294,791
1.50%	2006	299,213
1.54%	2007	303,821
0.94%	2008	306,662
1.50%	2009	311,253

Se deberá considerar que el promedio de miembros de un hogar/familia que situadas en la ciudad de Cuenca es de 4.1 personas.

Sabiendo que en el VI censo poblacional del año 2001, el área urbana del cantón Cuenca estaba conformada por 277374 personas, y como mencionamos anteriormente

que en promedio cada hogar está conformado por 4.1 miembros se puede decir que para el 2001 el número de familias del área urbana de Cuenca era de 67.652.

Tomando en cuenta que nuestro estudio se lo realizará sobre familias que perciban ingresos suficientes para destinarlos al consumo del producto que ofreceremos, decidimos que se trabajará sobre los 3 rangos más altos en lo que respecta al nivel de ingresos de los hogares. Esto quiere decir, en los hogares que integren los quintiles 3, 4 y 5.

A continuación se muestra el número de hogares que corresponden a los quintiles considerados.

	<b>QUINTIL 3</b>	<b>QUINTIL 4</b>	<b>QUINTIL 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b># DE HOGARES</b>	14214	14237	14126	42577

Podemos decir que en el año 2001 de las 67652 familias que conforman el área urbana del cantón Cuenca, 42577 corresponde a los quintiles 3, 4 y 5. Esto quiere decir un 62.93% del total.

Al haber obtenido en la página web del INEC todos los datos necesarios del VI censo de población del año 2001, deberemos proyectarlos hasta el año 2009. Para esto tomamos en cuenta el dato de la población urbana para el 2009 según su tasa de crecimiento la misma que se encuentra en el primer cuadro expuesto. Por lo tanto diremos que el área urbana de Cuenca en el 2009 está conformada por 311,253 personas, si este dato lo dividimos entre 4,1 que es el promedio de miembros de un hogar, tenemos que para el 2009 el área urbana del cantón Cuenca está compuesta por 75,915 familias. Si asumimos que la tendencia en la distribución de los quintiles es la misma que para el 2001, o sea un 62.93% del total, diremos que el número de familias que integran los quintiles 3, 4 y 5 para el año 2009 es de 47.774.

Fórmula para la obtención del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{(Z)^2 * N * P * Q}{[(E)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q]}$$

En donde:

**n** = tamaño de la muestra

**Z** = nivel de confianza:

El valor de **Z** se obtiene de una tabla de probabilidades de una distribución normal y se conoce como el número de errores estándar con el nivel de confianza. Así, para obtener un nivel de confianza del 95%, la tabla de probabilidades de distribución normal muestra un valor de  $Z=1.96$

**N** = tamaño de la población

Como se determinó después de haber llevado a cabo el análisis, la población es de 47.774 familias.

**P** = probabilidad de éxito

La probabilidad de éxito consideramos será del 85%, dato que se lo obtuvo luego de poner en práctica una encuesta piloto.

**Q** = probabilidad de fallo

Siendo la probabilidad de éxito 0,85; la probabilidad de fallo será de 0,15.

**E** = error muestral

Se asumirá un error muestral del 0,05.

Para obtener el tamaño de muestra a utilizar, sustituimos los datos anteriores en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 47.774 * 0,85 * 0,15}{[(0,05)^2 * (47.774 - 1) + (1,96)^2 * 0,85 * 0,15]} = 195.13$$

Luego de haber determinado la muestra. Se procederá a formular la encuesta, para luego aplicarla. El modelo de la encuesta se lo puede encontrar en los anexos de esta monografía.

La encuesta se la preparó de tal forma que nos permita saber que restaurantes son los más conocidos, que atributos se consideran más importantes, y el precio que están dispuestos a pagar por un plato típico, considerando una mejor infraestructura y una excelente atención. A más de esto se prepararon preguntas que nos permitan conocer el consumo de la muestra en relación a este plato típico.

Después de haber aplicado la encuesta a las 196 familias que obtuvimos como muestra, se pudo recopilar información muy valiosa y determinante.

El muestreo fue de tipo aleatorio. Las encuestas fueron realizadas en lugares como: centro histórico, centros comerciales, afuera de restaurantes, etc. La encuesta se la realizó a personas cabezas de familia, de estratos, medio, medio-alto y alto, ya que es este el segmento de la población que utilizamos para obtener la muestra.

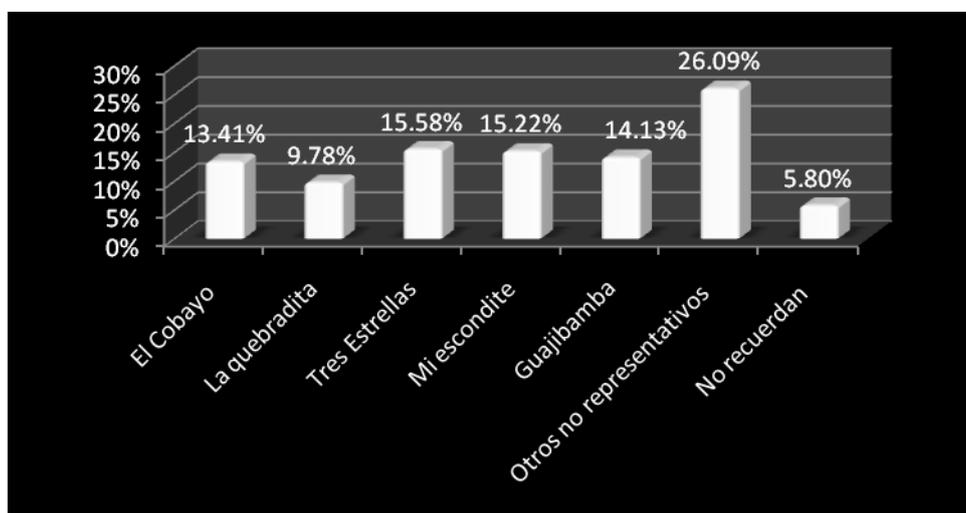
Se pudo conocer que un 84% de las familias encuestadas en la zona urbana de Cuenca gustan del Cuy asado. Este porcentaje corresponde a 164 familias, las mismas a las cuales se les continuó aplicando la encuesta.

Después de obtener el dato de las personas que gustan del cuy, se pudo conocer que las familias que están dispuestas a trasladarse a Ricaurte para degustar de este plato, son el

84.15% de las que gustan de este producto, esto se traduce en 138 familias. Con lo que se reduce un tanto más a la muestra.

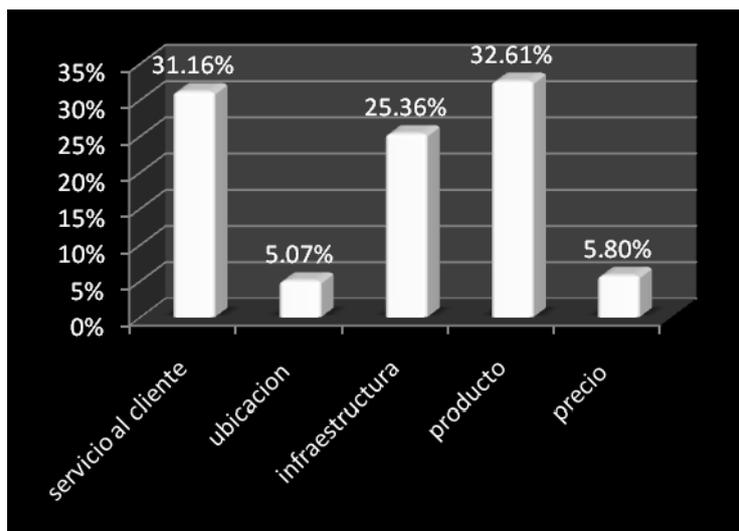
Gracias a la información proporcionada por los encuestados se determinó a cinco restaurantes dedicados a la preparación del cuy, como los más representativos. De 19 lugares que fueron seleccionados como preferidos por las personas encuestadas, cinco restaurantes representan el 68.12%. Estos son: El Cobayo, La Quebradita, Tres Estrellas, Mi Escondite y Guajibamba.

Ahora se presenta un gráfico donde se pueden ver los restaurantes y sus respectivos porcentajes según las veces que fueron nombrados por las personas encuestadas.



El 31.88% que corresponde a los no representativos y representa a 14 restaurantes que fueron nombrados por los encuestados, pero que no reúnen los niveles necesarios para ser tomados en cuenta para el estudio. Esta información nos permite identificar claramente a nuestra competencia directa.

El gráfico a continuación muestra, que atributo se considera como el más importante en un restaurante de comida típica.



Se puede ver que la ubicación y el precio, son atributos prácticamente irrelevantes para un restaurante de comida típica como este. Así mismo podemos darnos cuenta que un 89.13% de las personas encuestadas espera tener un buen trato, o estar en un lugar cómodo y agradable, o que el cuy sea de excelente calidad. La información obtenida nos permite avizorar una posible gran aceptación, ya que nuestra propuesta hace énfasis en los atributos que los encuestados consideran importantes.

En lo que respecta al precio, se pudo concluir que prácticamente un 80% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$16 y \$18 por un plato de cuy, si es que el servicio, la infraestructura de local y la calidad del producto son excelentes. Esta información será de gran ayuda para fijar un precio adecuado para nuestro producto.

Las 138 familias están en promedio conformadas por 4.43 integrantes. Por lo tanto se dice que estas 138 familias representan a 611 personas.

Se encontró que el consumo de la muestra es de 267 por salida.

Si se quiere determinar el consumo anual de cuyes, se deberá considerar la frecuencia de consumo. Para esto se consultó a las familias si el consumo era: quincenal, mensual, trimestral o semestral. Lo que nos proporcionó los siguientes porcentajes.

Frecuencia	Porcentaje	Asistencia/Anual
quincenal	3%	24
mensual	18%	12
trimestral	45%	4
semestral	34%	2

Frecuencia	% Frecuencia	Personas en C/Frecuencia	# de al Año	Veces/Año
quincenal	3%	18,33	24	439,92
mensual	18%	109,98	12	1319,76
trimestral	45%	274,95	4	1099,8
semestral	34%	207,74	2	415,48
	100%	611		<b>3274,96</b>

En base a las frecuencias anuales de consumo, se dice que el consumo anual de la muestra es de 1.431 cuyes. Para esto se tomó el número total de veces al año **3274.96**, y se lo multiplicó por el promedio de cuyes consumidos por una persona en una salida, esto es 0,44; valor que se obtiene de dividir el total de de cuyes consumidos en una salida (267) para el número total de personas en la muestra (611).

Se sabe también que el consumo anual de cuyes por cada persona el de **2,34**. Este dato se obtuvo de dividir el total de cuyes consumidos al año (1431) para el total de personas en la muestra (611)

Para inferir estos datos en la población, se harán las siguientes consideraciones. En primer lugar la inferencia se la realizará sobre el 20% de la población. De las 47.774, tomo 9.554,8. De este valor me quedo con el 84% que equivale a 7.995, que corresponde a las personas que gustan del cuy. Sabiendo que el promedio de miembros de una familia es de 4.1, tenemos que el total de personas de la población segmentada es de 32.777.

Para obtener el consumo anual de la población, utilizamos el promedio de consumo por persona 2,34 cuyes, y lo multiplicamos por el total de personas de la población 32.777. El resultado es de 76.767.

<b>Total de personas</b>	<b>C. Anual M</b>	<b>C. Anual P</b>
611	1431	76767

Se establece gracias a los datos rescatados por la muestra que el consumo anual de cuyes en el área urbana de cuenca es de 76.767.

## **2.2. Análisis de la Competencia**

Hemos visto necesario llevar a cabo un estudio de los restaurantes que constituyen nuestra competencia directa. La descripción esta realizada en base a los atributos mencionados con anterioridad.

### **EL COBAYO:**

Este lugar tiene relativamente poco tiempo funcionando, alrededor de cinco años. Su infraestructura es nueva, posee una decoración un tanto rustica y muy simple, es cómodo y actualmente esta ampliándose con el fin de satisfacer su demanda. El servicio se lo podría calificar como deficiente ya que la atención es un poco desorganizada y carente de calidez. Otro punto en contra de este restaurante, es que no cuenta con un parqueadero privado ni zonas de esparcimiento. El precio del plato es de \$16



### **LA QUEBRADITA:**

La Quebradita. A simple vista nos podemos dar cuenta de que este lugar ha tenido un largo periodo de funcionamiento, se lo nota un tanto deteriorado, las mesas están dispuestas de una manera desorganizada, eso lo hace incomodo, los baños son pequeños y no demuestran limpieza. Han aumentado su capacidad sin ningún tipo de orden, lo que no les permite ofrecer un buen servicio. Para un cuy asado de características similares a las que nosotros ofrecemos, el precio es de \$15.

A continuación describiremos a **MI ESCONDITE**. Este restaurante es uno de los que tiene más tiempo en funcionamiento. Se puede notar que no ha sido sujeto de ningún cambio en su infraestructura, aunque cabe destacar que hace poco tiempo atrás dotaron al lugar de un parqueadero privado, que brinda relativa comodidad a los clientes. Ya si bien este lugar se muestra un tanto deteriorado tiene una mayor aceptación que el anterior, ya que los clientes se muestran contentos por el servicio. El valor del plato es de \$15.

**TRES ESTRELLAS**. Es conocido por todas la personas que gustan del cuy, considerado como un lugar clásico en la ciudad, ya que lleva funcionando alrededor de 50 anos. Recientemente fue remodelado para comodidad y gusto de sus clientes, lo que a su vez le ha permitido mantenerse vigente en el negocio. Funciona en una casa colonial en el centro de la ciudad. Posee una decoración de tipo rustica, muy acogedora.

La disposición de las mesas está bien organizada lo que lo hace un lugar muy cómodo. Los baños son amplios y limpios. Los clientes que frecuentan el lugar piensan que el servicio es muy aceptable. El problema que presenta este lugar es el parqueadero, ya que al no contar con una zona apta para el estacionamiento vehicular, esto se vuelve una molestia para los clientes que acuden al lugar. Un cuy asado cuesta \$16.50.

**GUAJIBAMBA.** Abrió sus puertas hace aproximadamente diez años, está ubicado en el centro histórico. Su decoración es rústica. Podemos destacar su parqueadero privado, y su buena atención. No cuenta con zonas de esparcimiento y su precio es de \$19 por plato.

Con la ayuda de este análisis cualitativo de la competencia, se tomaran decisiones más acertadas, en lo que respecta a la determinación de la demanda y la fijación del precio de nuestro producto.

### **2.3. Determinación de la demanda insatisfecha**

Se ha determinado mediante la muestra, que el consumo de cuyes es de 76.767 al año. Este consumo corresponde al de las personas con ingresos suficientes de clase media, media-alta y alta. Además sabemos que de las familias estudiadas el 68,12% considera como favoritos al Cobayo, La Quebradita, Tres estrellas, Mi Escondite y Guajibamba. Se puede asumir que la demanda anual para estos restaurantes es de 52294 cuyes.

Después de haber realizado una investigación en los locales de la competencia determino un promedio de las ventas semanales del producto:

	<b>VENTAS SEMANALES</b>
El Cobayo	160
La quebradita	210
Tres Estrellas	190
Mi Escondite	195
Guajibamba	150

Sumando estas ventas obtenemos un valor de 905 cuyes semanales, si lo multiplicamos por 52 el resultado será de 47.060 anuales. Este valor se resta de los 52294 y se obtiene una demanda insatisfecha de 5.233 cuyes anuales. Cabe recalcar que la demanda insatisfecha del sector no cubre la cantidad del tamaño del proyecto, como se verá más adelante, es así que este faltante se lo tomará de la competencia, mediante la aplicación de estrategias publicitarias como se podrá apreciar en la parte del Análisis de la Comercialización.

#### **2.4. Análisis del Precio**

Para establecer el precio que tendrá nuestro producto (cuy, papas, mote pillo), hemos decidido basarnos en los precios que presentan nuestra competencia directa.

Estos son los siguientes:

El Cobayo	16
La quebradita	15
Tres Estrellas	18
Mi Escondite	15
Guajibamba	19

Los precios anteriores se basan en los de un cuy con un peso aproximado de 200gr.

Se puede apreciar que precios de nuestra competencia varían entre \$15 y \$19. Considerando todo lo que “El Tablón” ofrecerá a sus clientes, no creemos correcto dar un precio bajo nuestro producto. Pero al mismo tiempo sabemos que estamos empezado en el negocio, y al no contar con una trayectoria, no podemos tampoco tomar el precio más alto para nuestro producto, así sea que este restaurante se muestre claramente como una mejor opción. Es por esto que se hemos establecido un precio medio, el mismo que será de \$17 por plato típico (cuy, papas, mote pillo)

## 2.5. Análisis de la Comercialización

Este proyecto pretende implementar un manejo de imagen. Para esto hemos empezado analizando de una manera exhaustiva el trabajo realizado por la competencia en este ámbito. Después de haber hecho esta evaluación se ha visto que el manejo de imagen es prácticamente nulo, y que el prestigio y el renombre de estos lugares, en la mayoría de los casos se lo ha obtenido por los años de presencia en el mercado y por la calidad del producto. Sabemos que la calidad y sabor del cuy es algo indispensable para el éxito de nuestro restaurante, pero consideramos que existe una oportunidad muy grande de captar clientes, al marcar diferencia en el manejo de imagen.

Antes de exponer la forma en la cual nos daremos a conocer, empezaremos hablando del nombre que hemos decidido darle a al restaurante.

Como se ha mencionado anteriormente en la parte introductoria, se ha escogido “El Tablón” como nombre de nuestro restaurante, debido en principio, a que la zona donde estamos localizados se la denomina así, y también por ser un nombre simple y de fácil recordación. “el Tablón” irá acompañado de un slogan el mismo que busca resumir la idea principal de nuestra imagen. El slogan es “lo mejor en cuyes”



Una vez definidos el nombre, slogan y logo, mencionaremos algunos medios que pretendemos utilizar para darnos a conocer. Se colocarán letreros iluminados en las vías principales por las que se accede a Ricaurte, en los mismos que se constaran la frase

“Bienvenidos a Ricaurte” acompañados del logo, y dirección del restaurante. Como medios masivos, se ha decidido pautar en radio, así como también colocar anuncios en el periódico. Estableceremos contacto con empresas grandes, ofreciéndoles promociones, para que nos consideren en sus eventos. A más de empresas, queremos captar a turistas nacionales y extranjeros que estén de visita en la ciudad, y para esto, se realizarán convenios con las agencias.

La inversión en publicidad se la concentrará en los primeros meses. Es de vital importancia darnos a conocer lo más rápido posible, ya que así conseguiremos que las personas que nos visiten experimenten nuestra excelencia, y de esta manera promocionen a El Tablón haciendo publicidad de boca en boca, la misma que es elemental en este tipo de restaurantes.

Se realizará un esfuerzo grande por ofrecer una atención de primera. Para esto los meseros, administrador, cocineros y ayudantes, serán seleccionados de una manera cuidadosa. Se enfatizará la organización, tanto de la atención como de la producción, para así poder entregar el plato, en el menor tiempo posible.

A más de esto se dará importancia al ambiente del local, por lo que se reproducirá música variada, suave, que no perturbe a los clientes.

## **2.6. Análisis de la Provisión de recursos:**

Consideramos que los recursos relevantes para la preparación este plato típico son: el cuy en primer lugar y luego huevos frescos para la preparación del mote pillo. El Cuy faenado será provisto por el Sr. Manuel Eljuri, propietario de un criadero en la zona de Susudel que produce en promedio 800 cuyes semanales, y de la mejor calidad, esto quiere decir peso, edad y porcentajes de grasa óptimos, para su correcta preparación. Este criadero nos garantiza la entrega en nuestro local de hasta 250 cuyes a la semana, número suficiente para cumplir con nuestras expectativas de ventas.

Ya que consideramos que el mote pillo es un acompañante importante en este plato, hemos decidido utilizar huevos de gallina runa, esperando así obtener una mejor presentación y a su vez un mejor sabor, detalles que pueden marcar la diferencia. El

proveedor para este insumo será el mismo quien nos distribuye el cuy, el Sr Manuel Eljuri. Al proveernos del mismo productor podremos estandarizar la calidad de nuestro plato, así como también controlar de una manera más eficiente el stock.

El resto de insumos serán adquiridos en el mercado de Ricaurte, ya que aquí se cuenta con gran una variedad de productos frescos, y además está situado muy cerca del restaurante, lo que nos ahorraría el transporte.



## CAPITULO III

### 3. Estudio Técnico

#### 3.1. Análisis de Localización

El Tablón abrirá sus puertas en Ricaurte. Se escogido este lugar, en primera instancia debido a que dicha zona, al pasar de los años se ha convertido en la más representativa, en lo que a la preparación de cuyes se refiere, y es precisamente esta razón la que nos motiva a instalarnos en este sector, ya que al ofrecer un lugar distinto y a la vez superior, estaremos en capacidad de marcar una diferencia, y así captar a los clientes de la competencia.

Otra razón determinante por la cual “El Tablón” se establecerá en Ricaurte, es debido a que los inversionistas del proyecto cuentan con una propiedad en este lugar. La misma que posee características que permitirán instalar un lugar atractivo, que cumpla con las expectativas de los clientes. Se dispondrán de amplios espacios verdes y zonas de parqueo. La casa donde funcionará el restaurante tiene todos los servicios básicos, a más de esto posee el espacio necesario para instalar la cocina, el asadero y bodega, así mismo un área amplia para organizar de una manera cómoda las mesas. Al no ocupar todo el espacio de la casa, estaremos en capacidad de que, a medida que incrementa nuestra demanda, se puedan llevar a cabo ampliaciones, de una manera fácil.

#### 3.2. Análisis de tamaño.

Una vez analizada la demanda para nuestro restaurante, se ha determinado que la venta semanal de platos típicos (cuy, papas y mote) será de 145. Cabe recalcar que como vimos en el análisis del precio, este plato se lo venderá a \$17.

Tomando en cuenta nuestra demanda semanal de 145 cuyes, y al estar el año compuesto por 52 semanas, diremos que nuestra demanda anual será de 7540 cuyes, valor que representa el tamaño de nuestro proyecto.

El tamaño del proyecto será totalmente manejable en lo relacionado a la provisión de

recursos, ya que el criadero con el que trabajaremos tiene capacidad de entregarnos hasta 250 cuyes semanales, que representa un 72% más de que necesitaremos.

Ya que se prevé una excelente acogida para “El Tablón” y por consiguiente un aumento en la demanda, esperamos que las ventas para el segundo año del proyecto sean de 200 cuyes semanales. Por lo tanto el tamaño del proyecto para el año 2 será de 10400 cuyes.

Este aumento en la demanda para el segundo año es del 37.93%, lo que nos indica que si seguimos trabajando con el mismo proveedor no tendremos inconvenientes de abastecimiento.

En lo que respecta al tamaño de nuestro local podemos decir que contamos con una capacidad total para recibir a 84 personas, la misma que está dispuesta de la siguiente manera:

6 Mesas de 4 personas

5 Mesas de 6 personas

3 Mesas de 10 personas



### 3.3. Análisis del Proceso

Restaurante El Tablón prepara como especialidad de la casa cuy asado, acompañado de papas, mote blanco y/o mote pillo.

Para la elaboración de este plato se presentará el diagrama de proceso de cada uno de los ingredientes por separado. En el mismo en el que se identificarán todos los pasos a seguir. Estos pasos estarán expuestos de una manera tal, que nos permita organizar el proceso secuencialmente para así optimizar la utilización de los recursos.

### **Proceso de preparación del Cuy**

- 1.- lavar el cuy
- 2.- licuar ajo, aceite, sal, comino
- 3.- adobar el cuy con el licuado
- 4.- colocar el cuy en los tubos de aluminio
- 5.- colocar los tubos con el cuy en el asador
- 6.- pasar con una brocha manteca de color en el cuy
- 7.- verificar el estado del cuy
- 8.- sacar el cuy de los tubos de aluminio
- 9.- servir en el plato el cuy

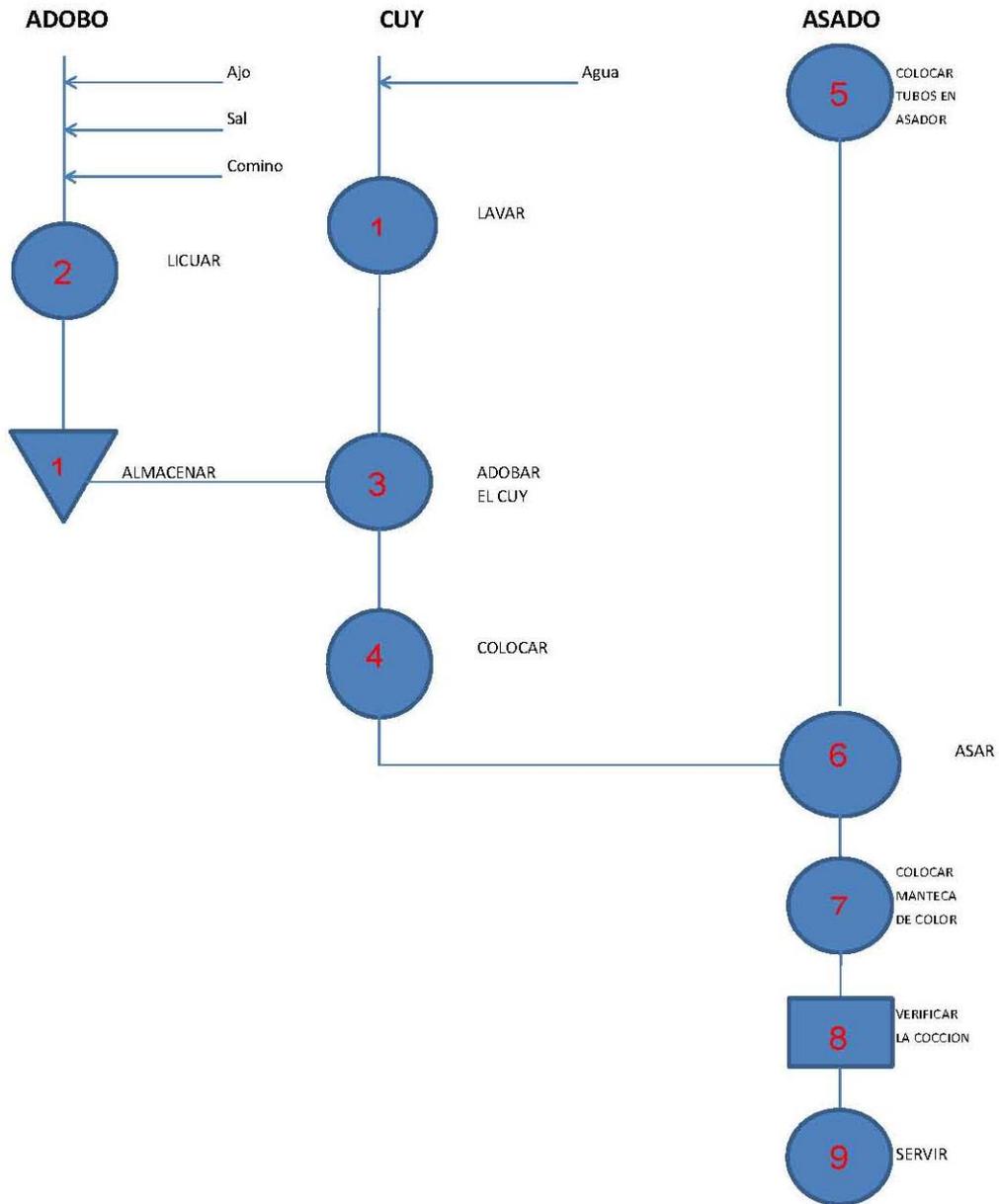
### **Preparación de las papas**

1. Lavar las papas
2. Pelar las papas
3. Hacer el refrito ( sal, cebolla, tomate, color, maní, leche, agua )
4. Colocar en una olla las papas
5. Hervir las papas con el refrito
6. Verificar la cocción de las papas
7. Colocar en un pozuelo las papas

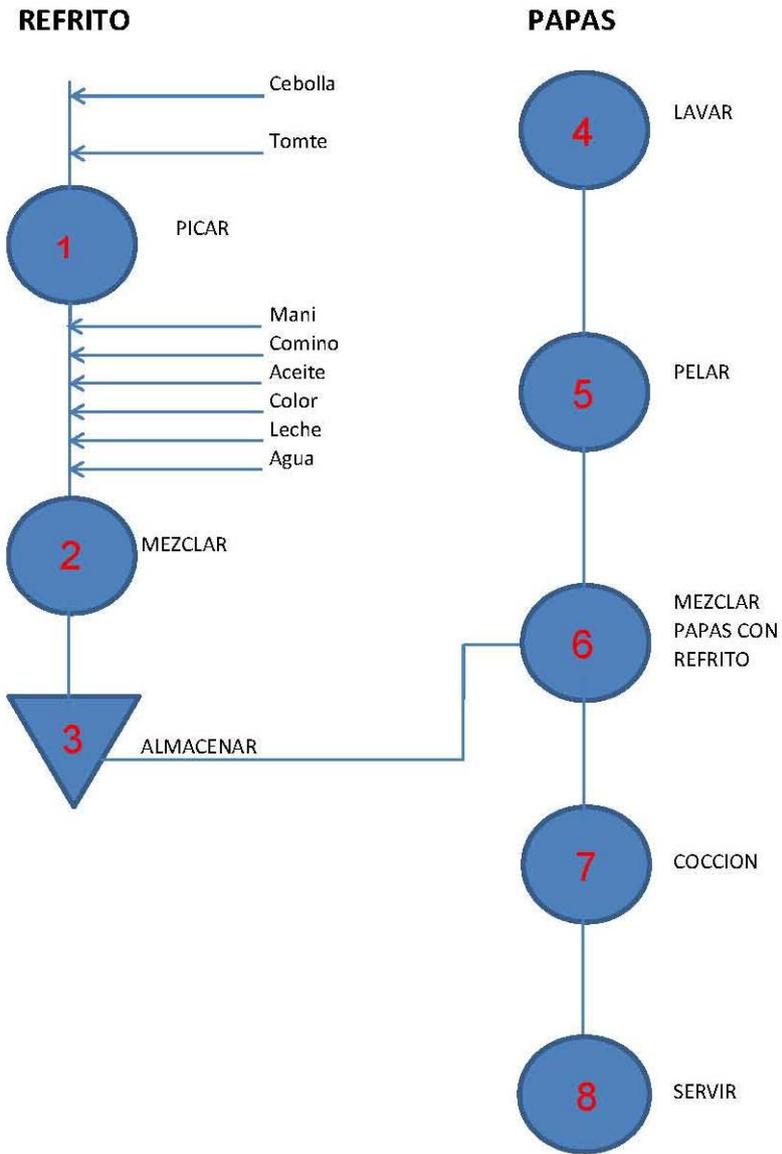
### **Preparación del mote pillo**

1. Cocinar el mote
2. Colocar el mote en un sartén
3. Picar cebolla
4. Mesclar el mote con huevo, sal, pimienta, y cebolla picada
5. Freír la mescla
6. Verificar la preparación
7. Servir

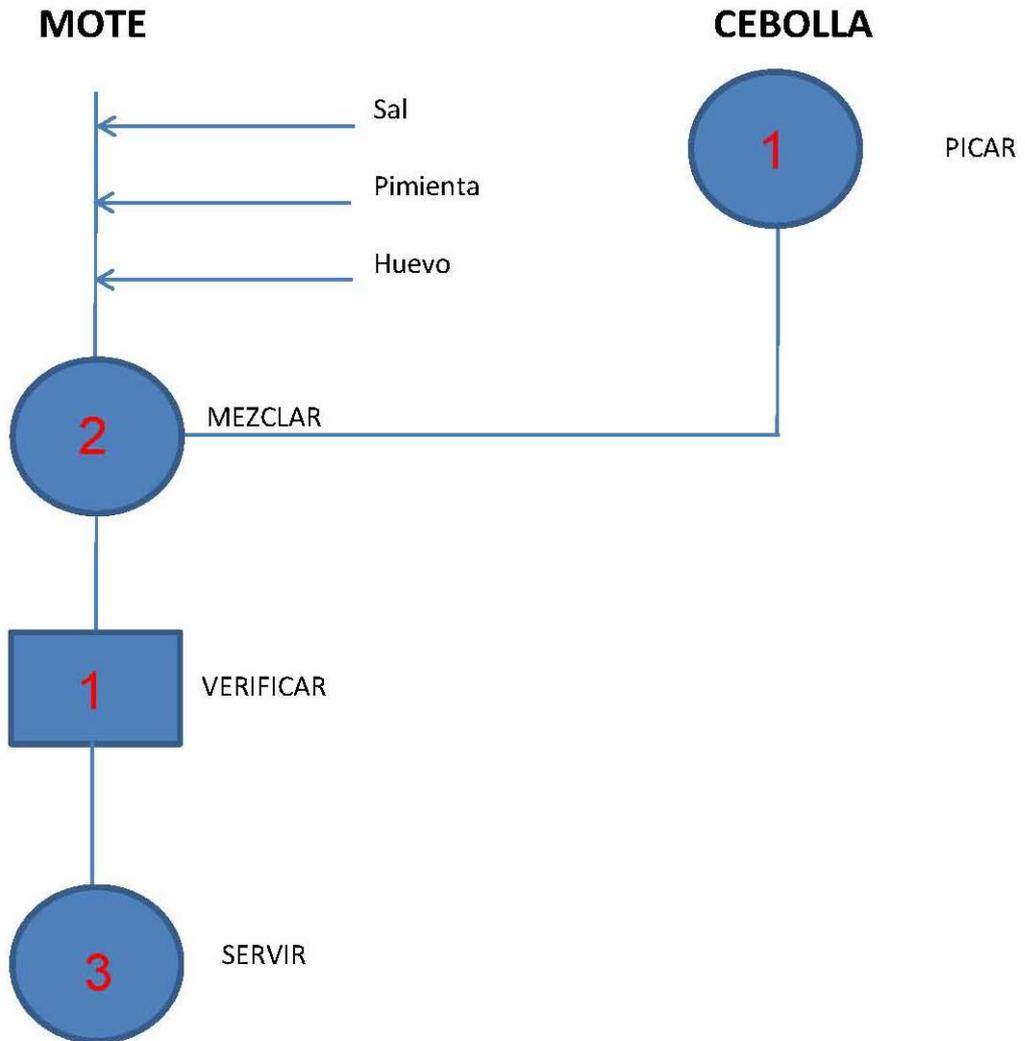
## DPO CUY ASADO



# DPO PAPAS COCINADAS



## DPO MOTE PILLO



### 3.4. Análisis de las Adecuaciones

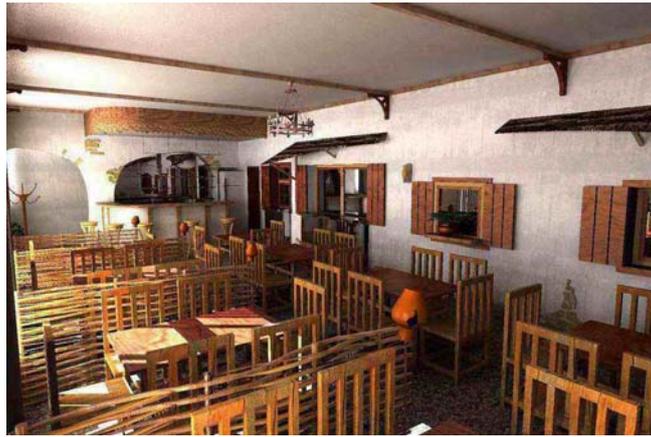
Previo a la instalación de “El Tablón”, se llevarán a cabo una lista de adecuaciones de que se han considerados necesarias, para que el lugar sea digno de recibir a la futura clientela.

Se procederá a pintar la totalidad del lugar, es decir muros, fachada, e interiores de la casa. A más de esto se relazarán trabajos en jardinería, tanto para los espacios verdes, como en las plantas que estarán colocadas en la parte interna del local. Así mismo se arreglaran las fallas en el piso. Se instalarán lámparas para cada mesa, además de toda la iluminación adicional necesaria. Es necesario cambiar 4 ventanas rotas, y colocar las cerraduras.

Como se puede notar se la inversión para este rubro será alta, con lo que se espera llenar las expectativas de las personas que nos visiten.

La siguiente fotografía y renders muestran la casa en sus condiciones actuales, la parte interior de local, y una propuesta de ampliación, respectivamente.





## CAPITULO IV

### 4. Estudio Financiero

#### 4.1. Análisis de Inversiones y Financiamiento

A continuación se presentará un cuadro en el que se mostrarán las inversiones del proyecto, las mismas que están divididas en inversiones fijas, inversiones diferidas y de capital de trabajo.

#### INVERSIONES

##### Inversiones Fijas

\$ 7,079.82

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Asador automático	\$ 410.00	\$ 820.00
1	Cocina	\$ 165.00	\$ 165.00
1	Refrigeradora	\$ 620.25	\$ 620.25
1	Congelador	\$ 309.77	\$ 309.77
3	licuadora	\$ 72.82	\$ 218.46
6	olla	\$ 39.20	\$ 235.20
4	Sartén	\$ 27.19	\$ 108.76
40	Recipiente Grande	\$ 4.80	\$ 192.00
4	Tabla para picar	\$ 2.85	\$ 11.40
30	Bandeja	\$ 2.80	\$ 84.00
6	Cucharas de palo	\$ 0.80	\$ 4.80
6	Cucharon	\$ 5.25	\$ 31.50
5	Cernidor	\$ 0.74	\$ 3.70
100	Juego cubiertos(tenedor, cuchillo)	\$ 0.85	\$ 85.00
25	Salero	\$ 0.97	\$ 24.25
25	Pimentero	\$ 0.97	\$ 24.25
100	Plato	\$ 1.12	\$ 112.00
100	Vaso	\$ 0.55	\$ 55.00
25	Jarro	\$ 2.20	\$ 55.00
6	mesa pequeña	\$ 30.00	\$ 180.00
5	mesa mediana	\$ 45.00	\$ 225.00
3	mesa grande	\$ 55.00	\$ 165.00
90	silla	\$ 12.50	\$ 1,125.00

1	mesón	\$ 95.00	\$ 95.00
2	basurero grande	\$ 7.14	\$ 14.28
2	basureros pequeños	\$ 4.50	\$ 9.00
2	cilindros de gas	\$ 32.00	\$ 64.00
6	charoles	\$ 17.80	\$ 106.80
1	televisión	\$ 885.00	\$ 885.00
1	computadora	\$ 450.00	\$ 450.00
8	parlantes	\$ 64.80	\$ 518.40
1	Amplificador	\$ 82.00	\$ 82.00

**Inversiones Diferidas**

\$ 12,670.00

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Registro Sanitario	\$ 800.00	\$ 800.00
1	Gastos de Constitución	\$ 400.00	\$ 400.00
1	Gasto de Adecuación	\$ 11,470.00	\$ 11,470.00

**Inversión en Capital de Trabajo**

\$ 5,464.76

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Capital de trabajo	\$ 5,464.76	\$ 5,464.76

**INVERSIÓN TOTAL**

\$ 25,214.58

La Inversión Total del proyecto está calculada en \$25.214,58. Esta Inversión Total se obtiene de sumar la Inversión Fija \$ 7,079.82, la Inversión Diferida \$ 12,670.00 y la Inversión de Capital de Trabajo \$ 5,464.76. La obtención del Capital de Trabajo se la explicara mediante el siguiente cuadro:

**CAPITAL DE TRABAJO**

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6
Ingresos	\$ 0.00	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00
Egresos	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88
Saldo	-\$ 8,558.88	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12
Saldo Acum.	-\$ 8,558.88	-\$ 5,464.76	-\$ 2,370.64	\$ 723.48	\$ 3,817.59	\$ 6,911.71

	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	m12
Ingresos	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00	\$ 11,653.00
Egresos	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88	\$ 8,558.88
Saldo	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12	\$ 3,094.12
Saldo Acum.	\$ 10,005.83	\$ 13,099.95	\$ 16,194.07	\$ 19,288.19	\$ 22,382.30	\$ 25,476.42

El valor que obtenido de Capital de Trabajo, cubrirá los gastos de funcionamiento del primer mes.

A continuación se presenta un cuadro de depreciación de las inversiones, calculado en base a su vida útil.

Descripción	Vida Útil	Costo	Depreciación	V. de Desecho
Asador automático	5	820.00	104.00	300.00
Cocina	5	165.00	23.00	50.00
Licuada	5	218.46	40.69	15.00
Refrigeradora	5	620.25	84.05	200.00
Congelador	5	309.77	41.95	100.00
Mesa	10	665.00	46.50	200.00
Silla	10	1,125.00	82.50	300.00
T.V.	5	885.00	137.00	200.00
Sonido	5	600.40	90.08	150.00
Computadora	3	450.00	143.33	20.00
Enseres y utensilios de cocina	5	892.14	163.43	75.00
Menaje	5	328.80	55.76	50.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1012.30</b>	<b>\$1660.00</b>

Al haber realizado el cálculo de las depreciaciones anuales para las diferentes inversiones, encontramos que la depreciación total anual será de \$1.012,30. Al culminar el periodo de vida del proyecto, encontramos que a través del cálculo del Valor de desecho, que se podrán vende los artículos usados por \$1.660

Al haber llevado a cabo el cálculo de la Inversión Total, se ha podido determinar que dicho rubro, al no ser este demasiado alto, \$ 25.214,58, los socios estarán en plena capacidad de cubrirlo mediante un aporte personal. Esto evitará que se recurra a instituciones financieras, lo que eventualmente nos dará un ahorro en intereses.

## 4.2. Análisis de Ingresos

Los ingresos de este proyecto se obtendrán del valor de la venta de cada plato típico (cuy, papas, mote y/o mote pillo) multiplicado por el volumen de venta anual, como se muestra a continuación.

Descripción	Unidad	Volumen Anual	Precio Unitario	Total Ingresos
Cuy, papas, mote	Plato Típico	7540	\$ 17.00	\$ 128,180

El Ingreso Total del primer año será de \$128.180. Para proyectar los ingresos para cada año de vida del proyecto, deberemos considerar que para el segundo año se prevé un aumento de la producción, el mismo que será de 55 cuyes semanales, con lo cual decimos que nuestra producción semanal total será de 200 cuyes, lo que al año se traduce en 10.400 cuyes. Otra consideración que se deberá hacer para realizar una proyección correcta, es la de la inflación anual. Para la determinación de la inflación proyectada de tomo en cuenta las inflaciones anuales de los años 2006, 2007 y 2009, de las que se calculo un promedio, el mismo que fue de 3.5%. Se ha excluido al año 2008 ya que su inflación fue extraordinaria.

Periodo	Ingresos Proyectados
Año 1	\$128,180
Año 2	\$182,988
Año 3	\$189,393
Año 4	\$196,021
Año 5	\$202,882

## 4.3. Análisis de Egresos

Con fines de establecer de una mejor forma los ingresos, se empezará por determinar el costo de producción de cada plato típico (cuy, papa, mote y/o mote pollo). Aquí se mostrará cada insumo que interviene en la preparación de este, con su respectiva

unidad, rendimiento, costo unitario y costo según rendimiento, información con la cual obtendremos el costo variable de producción de cada plato típico.

Producto	Unidad	Rendimiento	Costo / unidad	Costo / Cuy
Cuy	1 Cuy	1	\$ 8.00	\$ 8.000
Ajo	1 Libra	20	\$ 1.00	\$ 0.050
Sal	1 Funda	60	\$ 0.58	\$ 0.010
Papas	1 Quintal	50	\$ 15.00	\$ 0.300
Cebolla	1 Libra	4	\$ 0.25	\$ 0.063
Comino	1 Funda	60	\$ 0.30	\$ 0.005
Pimienta	1 Funda	100	\$ 0.30	\$ 0.003
Aceite	1 Galón	150	\$ 7.50	\$ 0.050
Manteca de color	1 Tarina	25	\$ 1.00	\$ 0.040
Leche	1 Litro	100	\$ 0.55	\$ 0.006
Tomate	Unidad	1	\$ 0.10	\$ 0.100
Maní	1 libra	20	\$ 0.70	\$ 0.035
Ají	Unidad	2	\$ 0.05	\$ 0.025
Mote	1 Libra	5	\$ 0.30	\$ 0.060
Gas	1 Cilindro	160	\$ 1.60	\$ 0.010
Otros gastos		100	\$ 15.00	\$ 0.150
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 8.91</b>

El costo variable de nuestro producto es de \$8,90. Basándonos en este valor, se continuara con el análisis de egresos.

#### **ANALISIS DE EGRESOS**

##### **Costos de Producción**

**\$78,461.40**

Descripción	Unidad	Volumen Anual	Precio Unitario	Total Egresos
Insumos / Ingredientes	Cuy asado	7540	\$8.91	\$67,181.40
Cocinero	Sueldo mensual	24	\$250.00	\$6,000.00
Auxiliar de Cocina	Sueldo mensual	24	\$220.00	\$5,280.00

##### **Gastos Indirectos de Fabricación**

**\$216.78**

Descripción	Unidad	Volumen Anual	Precio Unitario	Total Egresos
Par de guantes	Par	36	\$1.55	\$55.80
Brocha	Unidad	48	\$1.25	\$60.00
Escoba	Unidad	12	\$3.90	\$46.80
Trapeador	Unidad	12	\$3.80	\$45.60
Recogedor	Unidad	6	\$1.43	\$8.58

**Gastos Administrativos**

**\$6,660.00**

Descripción	Unidad	Volumen Anual	Precio Unitario	Total Egresos
Administrador	Sueldo mensual	12	\$480.00	\$5,760.00
Servicios Básicos	Mensualidad	12	\$75.00	\$900.00

**Gastos de Ventas**

**\$17,280.00**

Descripción	Unidad	Volumen Anual	Precio Unitario	Total Egresos
Mesero	Sueldo Mensual	48	\$230.00	\$11,040.00
Publicidad	Mensualidad	12	\$300.00	\$3,600.00
Persona Limpieza	Sueldo mensual	12	\$220.00	\$2,640.00

**EGRESOS TOTALES**

**\$102,618.18**

Se obtiene como egreso total para el año 1, el valor de \$102.618,18, el mismo que deberá ser proyectado para cada año de vida del proyecto. Para llevar a cabo esta proyección se deberá considerar el aumento en la producción para el año 2. Al ser el aumento de la producción de 145 a 200 cuyes semanales, es decir de un 38%, deberemos considerar un incremento en los gastos. Este incremento afectará a los gastos proporcionalmente. Al llevar a cabo las proyecciones se incluirá la inflación anual.

Los Egresos Totales para cada uno de los años serán.

<b>Periodo</b>	<b>Costo Fijo</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Total Egresos</b>
Año 1	\$35,220.00	\$67.398.18	\$102,618.18
Año 2	\$36452.7	\$95.907.24	\$132359.94
Año 3	\$37728.54	\$99.263.99	\$136992.54
Año 4	\$39049.04	\$102.738.23	\$141787.28
Año 5	\$40415.76	\$106.334.07	\$146749.83

#### 4.5. Análisis del Punto de Equilibrio

Para encontrar el punto de equilibrio de partirá de la siguiente fórmula:

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF} + \text{GIF}}{\text{PV} - \text{CV}}$$

En donde tendremos que sumar los costos fijos más los gastos indirectos de fabricación, y esto dividir entre en valor obtenido de restar el precio de venta menos el costo de ventas, como se muestra a continuación

$$\text{P.E.} = \frac{35200+216,78}{17 - 8.91} = 4380.32 \text{ platos típicos}$$

Concluiremos que para que nuestro proyecto tenga algún beneficio, deberá vender al menos la cantidad de 4.381 platos típicos.

#### 4.6. Análisis de la Rentabilidad

A continuación se estructurará un cuadro en base a la información obtenida anteriormente, el mismo que nos permitirá determinar la rentabilidad que tiene este proyecto.

Se trabajará con una tasa de descuento de a 11.89%, la misma que fue obtenida al dividir la tasa pasiva para el riesgo país. Esta tasa de descuento es igual al costo de oportunidad.

<b>Año</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ingresos</b>		128,180.00	182,988.00	189,393.00	196,021.00	202,882.00
<b>(-) Costo de producción</b>		76,461.40	107,582.04	111,347.41	115,244.57	119,278.13
<b>(-) Gastos indirectos de producción</b>		216.78	448.73	464.44	480.70	497.52
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		51,501.82	74,957.23	77,581.15	80,295.73	83,106.35
<b>(-) Gastos Administrativos</b>		6,660.00	13,786.20	14,268.72	14,768.12	15,285.01
<b>(-) Gastos de Ventas</b>		17,280.00	35,769.60	37,021.54	38,317.29	39,658.39
<b>(-) Depreciación</b>		1,012.30	1,012.30	1,012.30	1,012.30	1,012.30
<b>(=) Utilidad Operativa</b>		26,549.52	24,389.13	25,278.60	26,198.02	27,150.65
<b>(-) 15% utilidades</b>		3,982.43	3,658.37	3,791.79	3,929.70	4,072.60
<b>(=) U.A.I</b>		22,567.09	20,730.76	21,486.81	22,268.32	23,078.05
<b>(-) 25% I. R.</b>		5,641.77	5,182.69	5,371.70	5,567.08	5,769.51
<b>(=) Utilidad Neta</b>		16,925.32	15,548.07	16,115.10	16,701.24	17,308.54
<b>(+) Depreciación</b>		1,012.30	1,012.30	1,012.30	1,012.30	1,012.30
<b>(=) Utilidad del proyecto</b>		17,937.62	16,560.37	17,127.40	17,713.54	18,320.84
<b>Valor de salvamento</b>						1,660.00
<b>Inversiones fijas</b>	7,079.82					
<b>Inversiones diferidas</b>	12,670.00					
<b>Capital de trabajo</b>	5,464.76					
<b>Recuperación Cap. Trabajo</b>						5,464.76
<b>Flujo Neto</b>	-25,214.58	17,937.62	16,560.37	17,127.40	17,713.54	25,445.60
<b>Flujo Acumulado</b>		17,937.62	34,497.99	51,625.39	69,338.93	94,784.53
<b>Flujo descontado</b>	-25,214.58	16,031.48	13,227.80	12,226.94	11,301.61	14,509.63
<b>Flujo descontado Acumulado</b>		16,031.48	29,259.28	41,486.21	52,787.82	67,297.45
<b>Tasa de descuento</b>	11.89%					
<b>VPN</b>	\$42,082.87					
<b>TIR</b>	65%					
<b>Periodo de Repago</b>	1.46	un año cinco meses 18 días				
<b>Periodo de Repago Descontado</b>	1.72	un año ocho meses 24 días meses veinte y ocho días				

Como se puede apreciar en el cuadro, el proyecto tiene un VPN de \$42.082,87, y una TIR de 65%. La tasa interna de retorno al ser comparada con el costo de oportunidad, nos muestra que el proyecto es altamente rentable.

El periodo de Repago nos da un valor de 1.46 años, el mismo que nos indica que la inversión se recuperará a cabo de un año, cinco meses y dieciocho días. Así mismo se obtiene que el periodo de repago descontado es de 1.72 años.

## CONCLUSIONES

Al estar culminado el análisis de viabilidad para la implementación de este restaurante de comida típica, y haber realizado todos y cada uno de los estudios propuestos en el diseño de monografía, se podrá concluir lo siguiente.

En cuanto al estudio de mercado, se ha podido comprobar que el mercado para este producto es sumamente grande. Un dato importante que se pudo encontrar, es el interés que demuestran las personas por recibir un mejor servicio, y un lugar más cómodo y agradable al momento de degustar de este plato. Al haber ubicado la competencia directa se pudo establecer una demanda insatisfecha con respecto a esta, la misma que sumada a la demanda que se pretende tomar de dicha competencia, supera con creces el tamaño del proyecto. Se ha tomado un precio promedio de la competencia directa, \$17, con el que se tendrá la aceptación necesaria.

Al referirnos al Estudio Técnico, diremos el proceso es totalmente viable. Se ha determinado un tamaño plenamente razonable con respecto a la demanda y a la provisión de recursos. Así mismo se han encontrado razones suficientes para instalar el proyecto en la zona Ricaurte.

El estudio Financiero atreves de todos sus análisis, nos demuestra que la implementación del proyecto es plenamente viable. Se puede ver que con una inversión relativamente pequeña \$25.214,58 se obtendrá un Valor Presente Neto de \$42.082,87 al cual se lo considera sumamente bueno, esto a más de una tasa interna de retorno del 65%, que comparada con el costo de oportunidad es interesante para cualquier inversionista.

## BIBLIOGRAFÍA

- NASSIR SAPAG CHAIN  
REINALDO SAPAG CHAIN
- Preparación y Evaluación de Proyecto**  
4ta. Edic. McGraw Hill. / INTERAMERICANA DE CHILE  
LTDA.
- GALLAGHER, Timothy J. y  
Joseph D. ANDREW
- Administración Financiera Teoría y Práctica**  
2da. Edic. Pearson Educación de Colombia Ltda. Bogotá  
DC.
- RICHARD I. LEVIN  
DAVID S. RUBIN
- Estadística para Administradores**  
6ta. Edic. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.  
Naucalpa de Juárez, Edo de México
- Instituto Nacional de  
Estadísticas y Censos (INEC)  
[online]
- “Población Canton Cuenca censo 2001”**. Ecuador.  
<http://www.inec.gov.ec>.
- “Tasa de Crecimiento Poblacional”**. Ecuador.  
<http://www.inec.gov.ec>.
- Banco Central del Ecuador  
[online]
- “Previsión Inflación Anual”**. Ecuador.  
<http://www.bce.fin.ec>.
- PEDRO SANCHEZ,  
DIEGO MALO
- Tesis **“Restaurante Sushi Bar”**  
BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

# **ANEXOS**

### MODELO DE LA ENCUESTA

Buenos días/tardes/noches. Soy estudiante de la Universidad del Azuay, estoy realizando un trabajo de investigación de mercados relacionado con el consumo del Cuy, si usted es tan amable me podía ayudar contestándome unas preguntas?

#### 1. Usted gusta del cuy

Si  No

#### 2. Nombre dos lugares donde usted prefiera degustar del cuy asado

A \_\_\_\_\_

B \_\_\_\_\_

#### 3. De la siguiente lista de atributos para un restaurante de comida típica, señale cual le parece el más importante

Servicio al Cliente

Ubicación del Local

Infraestructura

Producto

Precio

#### 4. De cuantos miembros se compone su familia

#### 5. Cuantos cuyes consume en promedio su familia en una salida

#### 6.Cuál es la frecuencia del consumo de cuy de su familia

Quincenal

Mensual

Trimestral

Semestral

#### 7. Señale el precio que usted pagaría por un cuy asado, considerando que el servicio, la infraestructura y el producto son de primera.

\$15	\$16	\$17	\$18	\$19
<input type="checkbox"/>				