



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONOMICA, TECNICA, OPERATIVA PARA
LA PROPUESTA DE CREACION DE RESTAURANTES DE COMIDA
TRADICIONAL SELVATICA EN LA CIUDAD DEL CUSCO”**

PRESENTADO POR:

ROXANA VERGARA GONZALES

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

CUSCO-PERU

2018

DEDICATORIA

Se lo dedico a Dios por permitirme llegar hasta este punto cumbre de mí vida, ser la fuerza para seguir adelante día a día y con todo amor a mi familia: mi padre por sus palabras de aliento y superación, a mi madre por su cariño y apoyo incondicional y por ser mi ejemplo de fortaleza a seguir, por ser mi motivación para exigirme más como persona y profesional.

A mis docentes que me apoyaron en cada etapa de este proceso para cumplir una meta más en mi formación profesional.

Bach. Roxana Vergara Gonzales

AGRADECIMIENTO

A Dios por todo el apoyo que me brinda, a mis padres por la confianza que tuvieron en y por su apoyo constante para el logro de mis objetivos personales y profesionales.

Así también agradezco a mis docentes de la universidad, que me apoyaron permanentemente en mi formación profesional. Gracias a todas las personas que durante mi formación profesional estuvieron a mi lado apoyándome para lograr que este gran sueño se haga realidad.

Bach. Roxana Vergara Gonzales

RESUMEN

La tesis intitulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONOMICA, TECNICA, OPERATIVA PARA LA PROPUESTA DE CREACION DE RESTAURANTES DE COMIDA TRADICIONAL SELVATICA EN LA CIUDAD DEL CUSCO”, tiene como **objetivo** principal Determinar de qué manera un estudio de factibilidad técnica, económica, operativa contribuye en la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco.

Metodología: Para La presente investigación fue de tipo correlacional descriptiva y enfoque cualitativo porque se verifico si efectivamente hay una relación directa con el estudio de factibilidad, donde se estudió de manera detallada cada uno de los criterios que se tiene para poder crear un restaurante de comida selvática; La investigación que se realizará fue cuantitativa, porque se recolectara la información mediante preferencias de los consumidores mediante encuestas. La población muestral utilizada para la presente investigación, estuvo conformada por 106 personas del distrito del Cusco.

Conclusiones: Se llegó a la conclusión que en el presente trabajo de investigación el estudio de factibilidad técnica, económica, operativa para la creación de un restaurante de comida selvática contribuye a la implementación de la misma porque se establecen los recursos materiales y económicos necesarios para poder realizar un presupuesto aproximado para poder cubrir con los gastos, así mismo establecer las áreas donde el personal pueda desempeñar su labor de manera coordinada, esto con una previa capacitación, para creación de un restaurante de comida selvática es necesario un ambiente rustico, y una ubicación a la vista de todos para poder atraer a los posibles clientes, para poder establecer los platos principales es necesario conocer las preferencias y conocimientos sobre la comida selvática.

PALABRAS CLAVE.

Factibilidad, Económica, Técnica, Operativa, Restaurante, Comida Selvática.

ABSTRACT

The thesis entitled "STUDY OF ECONOMIC, TECHNICAL FEASIBILITY, OPERATIONAL FOR THE PROPOSAL OF CREATION OF RESTAURANTS OF TRADITIONAL SELVATIC FOOD IN THE CUSCO CITY", has as main **objective** To determine in what way a technical, economic, and operational feasibility study contributes in the creation of a jungle food restaurant in the city of Cusco.

Methodology: The present investigation was of a descriptive correlation type and a qualitative approach because it was verified if there is a direct relationship with the feasibility study, where each of the criteria for creating a food restaurant was studied in detail. jungle; The research that will be carried out was quantitative, because the information was collected through consumer preferences through surveys. The sample population used for the present investigation was composed of 106 people from the district of Cusco.

Conclusions: It was concluded that in the present research work the technical, economic, and operational feasibility study for the creation of a jungle food restaurant contributes to the implementation of the same by establishing the necessary material and economic resources to be able to make an approximate budget to be able to cover expenses, as well as to establish the areas where the personnel can carry out their work in a coordinated way, this with previous training, for creation of a jungle food restaurant a rustic environment is necessary, and a location in view of all to attract potential customers, to establish the main dishes is necessary to know the preferences and knowledge about jungle food.

KEYWORDS.

Feasibility, Economic, Technical, Operational, Restaurant, Selvatic Food.

INDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN	III
ABSTRACT.....	IV
INDICE DE TABLAS.....	VII
INDICE DE GRAFICOS	IX
INTRODUCCIÓN.....	XI
CAPITULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.4 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	6
1.5 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	8
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	8
2.2 BASES TEORICAS.....	16
2.3 DEFINICION DE TERMINOS.....	29
2.4 HIPOTESIS.....	33
2.4.1 HIPOTESIS GENERAL	33
2.4.2 HIPOTESIS ESPECÍFICAS	33
2.5 VARIABLES.....	34
2.5.1 DEFINICION CONCEPTUAL DE LA VARIABLE.....	34
2.5.2 DEFINICION OPERACIONAL DE LA VARIABLE	34
2.5.3 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	35
CAPITULO III: METODOLOGIA.....	36
3.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.2 DESCRIPCION DEL AMBITO DE LA INVESTIGACION.....	36
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	36
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	37

3.5 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.....	38
3.6 PLAN DE RECOLECCION Y PROCESAMIENTO DE DATOS	38
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	39
CAPITULO V: DISCUSIÓN.....	74
CONCLUSIONES.....	76
RECOMENDACIONES	77
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA	
ANEXOS	
ANEXO N°1: FICHA DE ENCUESTAS	

INDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 ¿CUÁNTO DE PRESUPUESTO SE NECESITA PARA ABRIR UN RESTAURANTE (APROXIMADO)?	39
TABLA N° 2 ¿USTED CREE QUE LA UBICACIÓN ES IMPORTANTE PARA UN RESTAURANTE DE COMIDA SELVÁTICA?	40
TABLA N° 3 ¿USTED COMO CONSIDERA LA IMPLEMENTACIÓN PARA UN RESTAURANTE DE COMIDA SELVÁTICA?	41
TABLA N° 4 ¿USTED CONSIDERA QUE EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE DE COMIDA SELVÁTICA ES IMPORTANTE PARA ATRAER A LOS CLIENTES?	42
TABLA N° 5 ¿USTED CONSIDERA QUE LA CALIDAD DE SERVICIO ES IMPORTANTE PARA LA SATISFACCION DE LOS CLIENTE?	43
TABLA N° 6 ¿USTED CONSIDERA QUE LOS TRAMITES PARA LOS PERMISOS SON IMPORTANTES PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE?	44
TABLA N° 7 ¿USTED REALIZO UN ANÁLISIS PRESUPUESTAL PARA LOS IMPLEMENTOS PARA EL RESTAURANTE?	45
TABLA N° 8 ¿CUÁNTO DE PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA COCINA DE UN RESTAURANTE?	46
TABLA N° 9 ¿EL PERSONAL DE SU RESTAURANTE DISPONE CON UN UNIFORME REPRESENTATIVO?	47
TABLA N° 10 ¿QUÉ TIPO DE DECORACIÓN TIENE EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE?	48
TABLA N° 11 ¿SEGÚN A LA EXPERIENCIA CON RESTAURANTES, LA IMPLMNTACION DE UN RESTURANTES DE COMIDA SELVÁTICA NECESITARIA DE UN AMBIENTE GRANDE?	49
TABLA N° 12 ¿DE QUÉ MANERA ADQUIERE SUS INSUMOS PARA SU RESTAURANTE?	50
TABLA N° 13 ¿QUÉ TIPO DE COMIDA SE PREPARA EN SU RESTAURANTE?	51
TABLA N° 14 ¿USTED CONSIDERA QUE LA IMAGEN DE LOS EMPLEADOS TIENE QUE ESTAR RELACIONADO CON EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE?	52
TABLA N° 15 ¿USTED CREE QUE LA RAPIDEZ DE LA ATENCIÓN INFLUYE EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE?	53
TABLA N° 16 ¿USTED CON QUÉ FRECUENCIA CAPACITA AL PERSONAL DE SU RESTAURANTE?	54
TABLA N° 17 ¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN LA COCINA DE SU RESTAURANTE?	55
TABLA N° 18 ¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN LA RECEPCIÓN Y CAJA DE SU RESTAURANTE?	56

TABLA N° 19 ¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE (MOZOS) DE SU RESTAURANTE?	57
TABLA N° 20 ¿DE CUANTAS MESAS DISPONE SU RESTAURANTE?	58
TABLA N° 21 ¿USTED CÓMO CALIFICA EL DESEMPEÑO SUS TRABAJADORES DE SU RESTAURANTE?	59
TABLA N° 22 ¿EN SU RESTAURANTE QUE TIPO DE PLATO PREPARA USUALMENTE?	60
TABLA N° 23 ¿USTED ALGUNA VEZ PREPARO COMIDA SELVÁTICA?.....	61
TABLA N° 24 ¿SI PREPARARÍA PLATOS DE COMIDA SELVÁTICA, QUE PLATOS ESTARÍA DISPUESTO A PROMOCIONAR?.....	62
TABLA N° 25 ¿USTED QUÉ TIPO DE REFRESCO SELVÁTICO OFRECERÍA EN SU RESTAURANTE?	63
TABLA N° 26 ¿USTED CREE QUE LA PREPARACIÓN DE COMIDA SELVÁTICA SERÍA RENTABLE?	64
TABLA N° 27 ¿CUÁNTO PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA CUBRIR CON LOS GASTOS DEL PERSONAL?.....	65
TABLA N° 28 ¿CUÁNTO PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA CUBRIR CON LOS GASTOS DE LOS MATERIALES PARA EL RESTAURANTE?	66
TABLA N° 29 ¿CUÁNTO PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA LOS UNIFORMES DE SUS TRABAJADORES?	67
TABLA N° 30 ¿CUÁNTO PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA REALIZAR LOS ACABADOS EN EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE?.....	68
TABLA N° 31 ¿MENSUALMENTE CUÁNTO GASTA PARA POR LOS SERVICIOS BÁSICOS (ELECTRICIDAD)?	69
TABLA N° 32 ¿MENSUALMENTE CUÁNTO GASTA PARA POR LOS SERVICIOS BÁSICOS (AGUA/DESAGÜE)?	70
TABLA N° 33 ¿MENSUALMENTE CUÁNTO GASTA PARA POR LOS INSUMOS DE SU RESTAURANTE?	71
TABLA N° 34 ¿USTED A CUANTO VENDE LOS MENÚS EN SU RESTAURANTE?.....	72
TABLA N° 35 ¿USTED A CUANTO VENDE LOS EXTRAS EN SU RESTAURANTE?.....	73

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO N° 1 ¿CUÁNTO DE PRESUPUESTO SE NECESITA PARA ABRIR UN RESTAURANTE (APROXIMADO)?	39
GRAFICO N° 2 ¿USTED CREE QUE LA UBICACIÓN ES IMPORTANTE PARA UN RESTAURANTE DE COMIDA SELVÁTICA?	40
GRAFICO N° 3 ¿USTED COMO CONSIDERA LA IMPLEMENTACIÓN PARA UN RESTAURANTE DE COMIDA SELVÁTICA?	41
GRAFICO N° 4 ¿USTED CONSIDERA QUE EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE DE COMIDA SELVATICA ES IMPORTANTE PARA ATRAER A LOS CLIENTES?	42
GRAFICO N° 5 ¿USTED CONSIDERA QUE LA CALIDAD DE SERVICIO ES IMPORTANTE PARA LA SATISFACCION DE LOS CLIENTE?	43
GRAFICO N° 6 ¿USTED CONSIDERA QUE LOS TRAMITES PARA LOS PERMISOS SON IMPORTANTES PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE?	44
GRAFICO N° 7 ¿USTED REALIZO UN ANÁLISIS PRESUPUESTAL PARA LOS IMPLEMENTOS PARA EL RESTAURANTE?	45
GRAFICO N° 8 ¿CUÁNTO DE PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA COCINA DE UN RESTAURANTE?	46
GRAFICO N° 9 ¿EL PERSONAL DE SU RESTAURANTE DISPONE CON UN UNIFORME REPRESENTATIVO?	47
GRAFICO N° 10 ¿QUÉ TIPO DE DECORACIÓN TIENE EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE?	48
GRAFICO N° 11 ¿SEGÚN A LA EXPERIENCIA CON RESTAURANTES, LA IMPLEMNTACION DE UN RESTURANTES DE COMIDA SELVATICA NECESITARIA DE UN AMBIENTE GRANDE?	49
GRAFICO N° 12 ¿DE QUÉ MANERA ADQUIERE SUS INSUMOS PARA SU RESTAURANTE?	50
GRAFICO N° 13 ¿QUÉ TIPO DE COMIDA SE PREPARA EN SU RESTAURANTE?	51
GRAFICO N° 14 ¿USTED CONSIDERA QUE LA IMAGEN DE LOS EMPLEADOS TIENE QUE ESTAR RELACIONADO CON EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE?	52
GRAFICO N° 15 ¿USTED CREE QUE LA RAPIDEZ DE LA ATENCIÓN INFLUYE EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE?	53
GRAFICO N° 16 ¿USTED CON QUÉ FRECUENCIA CAPACITA AL PERSONAL DE SU RESTAURANTE?	54
GRAFICO N° 17 ¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN LA COCINA DE SU RESTAURANTE? ...	55
GRAFICO N° 18 ¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN LA RECEPCIÓN Y CAJA DE SU RESTAURANTE?	56

GRAFICO N° 19 ¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE (MOZOS) DE SU RESTAURANTE?.....	57
GRAFICO N° 20 ¿DE CUANTAS MESAS DISPONE SU RESTAURANTE?.....	58
GRAFICO N° 21 ¿USTED CÓMO CALIFICA EL DESEMPEÑO SUS TRABAJADORES DE SU RESTAURANTE?	59
GRAFICO N° 22 ¿EN SU RESTAURANTE QUE TIPO DE PLATO PREPARA USUALMENTE?	60
GRAFICO N° 23 ¿USTED ALGUNA VEZ PREPARO COMIDA SELVÁTICA?.....	61
GRAFICO N° 24 ¿SI PREPARARÍA PLATOS DE COMIDA SELVÁTICA, QUE PLATOS ESTARÍA DISPUESTO A PROMOCIONAR?.....	62
GRAFICO N° 25 ¿USTED QUÉ TIPO DE REFRESCO SELVÁTICO OFRECERÍA EN SU RESTAURANTE?	63
GRAFICO N° 26 ¿USTED CREE QUE LA PREPARACIÓN DE COMIDA SELVÁTICA SERÍA RENTABLE?	64
GRAFICO N° 27 ¿CUÁNTO PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA CUBRIR CON LOS GASTOS DEL PERSONAL?.....	65
GRAFICO N° 28 ¿CUÁNTO PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA CUBRIR CON LOS GASTOS DE LOS MATERIALES PARA EL RESTAURANTE?	66
GRAFICO N° 29 ¿CUÁNTO PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA LOS UNIFORMES DE SUS TRABAJADORES?	67
GRAFICO N° 30 ¿CUÁNTO PRESUPUESTO SE REQUIERE PARA REALIZAR LOS ACABADOS EN EL AMBIENTE DEL RESTAURANTE?	68
GRAFICO N° 31 ¿MENSUALMENTE CUÁNTO GASTA PARA POR LOS SERVICIOS BÁSICOS (ELECTRICIDAD)?	69
GRAFICO N° 32 ¿MENSUALMENTE CUÁNTO GASTA PARA POR LOS SERVICIOS BÁSICOS (AGUA/DESAGÜE)?	70
GRAFICO N° 33 ¿MENSUALMENTE CUÁNTO GASTA PARA POR LOS INSUMOS DE SU RESTAURANTE?	71
GRAFICO N° 34 ¿USTED A CUANTO VENDE LOS MENÚS EN SU RESTAURANTE?.....	72
GRAFICO N° 35 ¿USTED CUANTO A CUANTO VENDE LOS MENÚS EN SU RESTAURANTE?	73

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la creciente industria alimenticia moviliza gran cantidad de dinero a diario en la ciudad de Cusco, la cual es la capital económica del Perú. Además, la industria alimenticia es la pionera del desarrollo industrial. Por este motivo es necesario aprovechar las posibilidades que se generan para poder implementar y abrir un restaurante, en este caso tratamos de un restaurante de comida selvática.

Por esta razón se presenta la investigación titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONOMICA, TECNICA, OPERATIVA PARA LA PROPUESTA DE CREACION DE RESTAURANTES DE COMIDA TRADICIONAL SELVATICA EN LA CIUDAD DEL CUSCO”**, la que ayudo para determinar los procesos para la implementación de un restaurante de comida selvática mediante un estudio de factibilidad, se desarrolló mediante una propuesta.

El siguiente trabajo de investigación, ha sido desarrollado de la siguiente manera:

CAPITULO I: Este capítulo comprende la formulación del problema, el cual contiene los problemas, los objetivos, las hipótesis, variables, indicadores, justificación y delimitaciones, esta información se visualiza en la matriz de consistencia, la cual muestra panorámicamente la investigación, los aspectos metodológicos de la investigación, como el diseño, el método de investigación, así como el tipo de investigación. Además se describe sobre la población, el tamaño de muestra y las técnicas e instrumentos de recolección de datos que son fundamentales para el desarrollo de la tesis y comprende los aspectos administrativos.

CAPÍTULO II- Marco Teórico: Este capítulo comprende el marco teórico en el cual se desarrolla los antecedentes de la investigación y el marco teórico y conceptual, donde

se resume una vasta cantidad de información teórica y conceptual, referida al estudio de factibilidad y para la creación de un restaurante.

CAPÍTULO III- Metodología de la investigación: Consiste en presentar el tipo de investigación, el enfoque de la investigación, el diseño, la población, muestra, técnicas e instrumentos.

CAPÍTULO IV- procesamiento de datos de la investigación: Consiste en el análisis y la interpretación de los resultados producto de las encuestas realizadas a los integrantes de la empresa.

Finalmente arribamos a las conclusiones, sugerencias, bibliografía utilizada, más los anexos respectivos que complementan el trabajo de investigación.

CAPITULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“La Factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse. La factibilidad puede ser clasificada en: Operativa, Técnica y Económica” (Blank L., 1999). Para poder realizar un tipo de negocio, es necesario realizar estudios de factibilidad para poder efectivamente tener una visión más amplia sobre el suceso del negocio, un estudio de factibilidad presentan tres aspectos muy importantes los cuales hacen referencia a la factibilidad económica el cual se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos; la factibilidad técnica la cual hace referencia a la evaluación de la disponibilidad de los equipos y si tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté considerando. Los estudios de factibilidad técnica también consideran las interfaces entre los sistemas actuales y nuevos; y la factibilidad operativa el cual se enfoca principalmente a todos aquellos aspectos donde interviene algún tipo de actividad (proceso), depende de los recursos humanos que participan durante la operación del proyecto. Durante esta etapa se identifican todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo, se evalúa y determina todo lo necesario para llevarlo a cabo.

“Un restaurante o restorán es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el

mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina." (Andrews, 2007). Para definir el concepto es importante conocer la competencia y las tendencias gastronómicas nacionales e internacionales.

Los conceptos le permiten hacerle saber a sus clientes qué esperar del restaurante con anticipación y le dan un poco de estructura a su operación. Algunos de los conceptos de restaurante más populares son: mariscos, restaurantes especializados en carnes, restaurantes familiares, restaurantes informales y restaurantes étnicos (comida mexicana, china, árabe, etc.).

Este punto debe relacionarse con la arquitectura, decoración y ambientación del lugar, para ofrecerle al cliente un lugar armonioso y confortable. Para saber cuánto dinero necesita para abrir un restaurante depende de su tipo, la instalación, cuánto equipo necesita, si compra nuevo o usado, su inventario, sus costos de mercadotecnia y la cantidad de efectivo que necesita tener a la mano hasta que la empresa empieza a generarlo. Para realizar el financiamiento existen diversas fuentes, las principales pueden ser. Por medio de sus propios recursos: Válgase de sus ahorros y si es necesario venda aquellas cosas que le son menos útiles o úselas como garantía para obtener un préstamo.; Recurrir a amigos y Familiares: Acérquese a amigos y parientes que crean en usted, quieran y puedan ayudarlo; y recuerde hacer todo por escrito, pero también asegúrese de que quienes le presten pueden permitirse el riesgo de invertir en su empresa. Y por último Consiga socios: Busque quien tenga recursos financieros y quiera trabajar con usted en la empresa, o a quien desee invertir pero que no tiene interés en hacer el trabajo. Así también en este caso, es recomendable hacerlo todo a través de

un contrato en donde claramente se defina sus respectivas responsabilidades y obligaciones.

En la actualidad, la creciente industria alimenticia moviliza gran cantidad de dinero a diario en la ciudad de Cusco, la cual es la capital económica del Perú. Además, la industria alimenticia es la pionera del desarrollo industrial.

El presente trabajo de investigación tuvo como problemática la implementación de un restaurante de comida selvática mediante un estudio de factibilidad, para poder identificar los requisitos necesarios, se realizó un estudio de factibilidad para determinar si la propuesta fue la adecuada para la creación de un restaurante de comida selvática, la cual comprende procesos para la creación del restaurante, determinando si será exitoso o no, se identificó la factibilidad técnica la cual hace referencia a los procesos de actividades del personal y su experiencia, así mismo se identificó la factibilidad económica el cual es uno de los factores más importantes porque hace referencia al financiamiento para el restaurante, y por ultimo esta la factibilidad operativa la cual compraste la administraciones los recursos humanos y los procesos de los mismos.

De continuar con la problemática descrita, al momento de realizar una implementación de un restaurante, sin un previo estudio de factibilidad, el éxito del restaurante fue indeciso a causa de un análisis ausente, generando así pérdidas económicas, inadecuada gestión del mismo y una ineficiente función por parte de los trabajadores del restaurante. Por otro lado la carencia de un estudio de factibilidad no se logró determinar si el lugar de apertura del restaurante es adaptado o no para la comercialización y para los potenciales clientes.

Para poder realizar una propuesta factible sobre la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco, fue necesario como se menciona un

estudio de factibilidad previo la cual ayudara a identificar los pro y contra sobre el proyecto, analizaremos la parte económica, técnica y operativa, una vez realizado el estudio se realizara un resumen sobre el proyecto donde se especificaron los aspectos positivos como el lugar de posicionamiento para el público, identificación de posibles clientes, por otro lado los aspectos negativos como estimación total de gastos, perdidas económicas, gracias al estudio de factibilidad pudieron ser identificados antes de la implementación del restaurante, de tal manera corregir o mejoras algunos aspectos técnicos, económicos y operativos para lograr un adecuado funcionamiento del restaurante de comida selvática.

Sobre la problemática descrita se plantearon las siguientes preguntas:

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera un estudio de factibilidad técnica, económica, operativa contribuye en la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco?

1.2.2 PROBLEMA ESPECÍFICOS

P.E.1 ¿Cómo se realiza un estudio de factibilidad técnica, económica, operativa para la creación de un restaurante de comida selvática?

P.E.2 ¿Cómo se desarrolla la creación de un restaurante de comida selvática para la ciudad del Cusco?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar de qué manera un estudio de factibilidad técnica, económica, operativa contribuye en la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O.E.1: Conocer la realización de un estudio de factibilidad técnica, económica, operativa para la creación de un restaurante de comida selvática.

O.E.2: Describir el desarrollo para la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

1.4.1 CONVENIENCIA

La presente investigación fue conveniente por que sirvió para realizar una propuesta para la creación de un restaurante de comida selvática, esto se realizó mediante un estudio de factibilidad, donde se determinó los aspectos económicos para la viabilidad de la propuesta. Sirvió para determinar el financiamiento necesario y los implementos para la apertura de un restaurante de comida selvática.

1.4.2 RELEVANCIA SOCIAL

El presente trabajo de investigación fue socialmente relevante puesto que sirvió como referente de estudio en futuros proyectos sobre creaciones de restaurantes no solo de comida selvática, sino que pudo ser tomado como referencia para la creación de restaurantes de cualquier tipo de comida. También generando un aporte para la difusión de las culturas de diferentes departamentos del Perú.

El presente trabajo de investigación tuvo una implicancia social, esto se debe al aporte a la sociedad en cómo realizar la creación de un restaurante de comida selvática mediante un previo estudio de factibilidad. Se beneficiaron las personas quienes provienen de la parte de la selva del Perú, difundiendo la cultura de la zona, sus tradiciones y su gastronomía, de tal manera que las personas residentes del lugar tengan un mayor conocimiento sobre la gastronomía y tradiciones de la selva del Perú.

1.4.3 IMPLICANCIAS PRÁCTICAS

La presente investigación en la parte práctica solución la problemática sobre la creación de un restaurante de comida selvática, la cual brindo información necesaria para la creación de un restaurante de comida selvática, para que a través de ella pueda tener un panorama más amplio de los criterios necesarios para una correcta creación, a través del presente estudio propuso propuestas alternativas de solución para los interesados en abrir un restaurante, de esta manera fue de apoyo para demás personas o entidades interesadas en abrir un restaurante de cualquier tipo de comida.

1.4.4 VALOR TEÓRICO

La presente investigación posee un valor teórico porque aporta con las teorías de factibilidad económica, operativa y técnica; ya que su trabajo se centró en determinar y verificar si efectivamente la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco será factible o no.

1.4.5 UTILIDAD METODOLÓGICA

En esta investigación utilizo instrumentos pre validado para evaluar los criterios de un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco.

1.5 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Durante la presente investigación se tuvo las siguientes limitaciones:

- La poca información detallada sobre la factibilidad técnica y económica.
- La reducida información sobre antecedentes de mi investigación.
- El poco conocimiento de los roles y áreas de un restaurante.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Antecedente internacional:

Para el antecedente internacional se tomó la tesis titulada “Plan De Negocios Para La Creación De Un Restaurante De Comida Tradicional Italiana”, esta fue desarrollada por Isabel Montalvo Castro y publicada en el año 2008 por la facultad de economía, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá la que fue desarrollada de la siguiente manera:

Resumen:

La industria de restaurantes es un reflejo directo de los cambios de la sociedad en la cual operan. La sociedad ha cambiado a un orden social más avanzado y más complicado que implica un movimiento que se aleja de los alimentos producidos en masa para dar paso a alimentos producidos para las masas porque las exigencias de los usuarios han cambiado. 1 La forma de alimentarse variará con el correr de los tiempos, ya que cada día las personas piensan más en su salud y la selección de los alimentos se basa en éste concepto. Es por esto que se está comenzando a desarrollar un nuevo estilo de consumo basado en la comida GOURMET, cada vez fabricada con productos más frescos, y orgánicos. En el mundo moderno las personas buscan más aquello que les place y les produce goce, como la buena comida. Salir a comer o almorzar se volvió cotidiano, dejó de ser algo para celebrar. En las grandes ciudades del país, la gente trabaja lejos de sus casas y encuentra en el restaurante un espacio para socializar y hacer negocios.

Conclusión:

- La alta cocina en Colombia está viviendo una transformación sin precedentes; “la industria gastronómica colombiana se encuentra en un momento excepcional de posicionamiento y renovación...”
- Así mismo salir a comer o almorzar se volvió algo cotidiano, dejó de ser algo simplemente para celebrar; actualmente en las grandes ciudades del país, la gente trabaja lejos de sus casas y en el restaurante encuentra un espacio donde socializar con amigos y familia, o incluso un espacio para hacer negocios.
- Esta investigación busco explorar estas tendencias, con base en una serie de preguntas que fueron respondidas a través de encuestas realizadas a personas de la ciudad de Cali.
- Se encontraron puntos interesantes; el más importante fue corroborar la tendencia que comer en restaurantes es un negocio que crece día a día.
- Otro punto súper interesante, es por qué las personas van a los restaurantes, en este caso la mayoría va por razones sociales, lo que implica que buscan un lugar confortable y de relajación en el cual puedan disfrutar de una buena comida o bebida en compañía de amigos.
- La investigación mencionada junto con la intención mía de establecer un nuevo restaurante en la ciudad de Cali, me permitió prospectar el negocio en sus aspectos legales, operativos, financieros y prácticos cuyo resultado es precisamente el presente proyecto de grado que aquí se presenta, además como un negocio completamente viable.

Para el antecedente internacional se tomó la tesis titulada “Estudio De Factibilidad Económica Y Financiera Para La Creación De Un Restaurante De Comida Sushi-Thai Con Ambiente “Premium” En El Municipio El Hatillo, Estado Miranda”, esta fue desarrollada por Soto Peralta, Eduardo Alejandro y publicada en el año 2009 por Área De Ciencias Administrativas Y De Gestión, Universidad Católica Andrés Bello de Caracas la que fue desarrollada de la siguiente manera:

Resumen:

Financiera para la creación de un restaurante de comida sushi – thai con ambiente “Premium” en el municipio el Hatillo, Estado Miranda. Los objetivos específicos permitieron analizar el mercado y conocer la factibilidad de la creación del restaurante desde el punto de vista técnico y económico- financiero. El estudio se enmarcó en la modalidad de proyecto factible, con base en una investigación de campo. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuestas y como instrumento se utilizó un cuestionario. Se consideró una población infinita. Los resultados de la investigación se fundamentaron en estudios de mercado, determinando la opinión de los consumidores con respecto a la creación de un restaurante de comida sushi – thai con ambiente “Premium” en dicha región. Para ello, se realizó un focus group que permitió identificar las variables de la encuesta y se realizó un cuestionario para identificar las tendencias de consumo del mercado. Seguidamente se llevó a cabo un estudio técnico, para establecer aspectos como la localización y el tamaño del proyecto. Por último, se llevó a cabo la evaluación económica – financiera para conocer la rentabilidad del proyecto y finalmente aceptar o rechazar el mismo.

Conclusión:

- En el estudio de mercado, se pudo determinar que el proyecto de inversión es factible. Mediante la investigación de mercados se pudo comprobar que si es posible la penetración en el mercado de los productos de “WoK Sushi & Thai”.
- Existen fuertes competidores, pero, no ofrecen un servicio de restaurante con comida thai incluida, incluyendo variedad y actualidad al consumidor de la sub región.
- El menú es muy variado y diverso, que incluye roles y platos thai especialmente.
- En el estudio técnico, se determinó que la creación de “WoK Sushi & Thai” sería en el Pueblo el Hatillo, con una extensión de aproximadamente 90 m².
- Se determinó el tamaño del proyecto bajo la capacidad del local para responder a la demanda, debido a los resultados del estudio de mercado. La capacidad del restaurante es para 60 consumidores.

Antecedente Nacional

Para el antecedente nacional se tomó la tesis titulada “Estudio De Pre-Factibilidad De Un Restaurant Buffet Criollo En La Ciudad De Lima”, esta fue desarrollada por Carlos Enrique Alvites Torres y publicada en el año 2012 por la Facultad De Ciencias e Ingeniería, Pontificia Universidad Católica Del Perú, la que fue desarrollada de la siguiente manera:

Resumen:

Actualmente el Perú está viviendo un ciclo de crecimiento económico basado en políticas macroeconómicas prudentes y correctas. Esto ha llevado a que el Perú crezca 6% en promedio en los últimos años el cual ha sido impulsado principalmente por el consumo interno. Durante el año 2012 se han abierto aproximadamente 10 centros comerciales en el Perú, cada vez más grupos económicos poderosos invierten en negocios relacionados al consumo, tales como el grupo Intercorp, Romero y Brescia. Franquicias como Subway, Starbucks, TacoBell y HardRock café están no solo están retornando al país sino piensan abrir locales en provincias, efecto que años atrás pudo ser impensada. Considerando ello y además que la idiosincrasia del peruano ligada a la aprecio de la comida. En la que toda celebración siempre está alrededor de una mesa de comida, conlleva a estudiar el mercado culinario del Perú en busca de una ventana de oportunidad. Basado en una cultura de peruanidad y de excelencia en el servicio se propone la creación de un restaurant buffet de comida criolla en la búsqueda de aprovechar una ventana que el mercado actualmente no cubre. Hoy por hoy, las vertientes como la cocina gourmet y fusión abarcado fuertemente el mercado culinario limeño en la búsqueda de ensalzar la sazón peruana y elevarla al nivel de la comida francesa y/o italiana.

Conclusión:

- De acuerdo al análisis y evaluación del proyecto, se obtienen las siguientes conclusiones: Como resultado de la Matriz FODA, las

estrategias de la empresa tendrán como base buscar la penetración en el mercado, posicionar la marca y desarrollar las herramientas necesarias para identificar al cliente con la empresa respondiendo satisfactoriamente a las oportunidades y amenazas;

- La demanda insatisfecha (39MM visitas) que tiene principalmente tiene un estilo de vida alto (22.9%) que agrada visitar lugares con una oferta de valor diferenciada (20%), que sea de alto nivel de servicio (30%) hace del proyecto un mercado de alto potencial de desarrollo. Dada la ausencia de competidores directos con exactamente la misma oferta en el mercado objetivo; hace al proyecto más atractivo para los inversionistas locales y extranjeros.
- Como resultado del método de Brown y Gibson al analizar las variables de ubicación, disponibilidad y competencia se pudo concluir que el mejor distrito para implementar el proyecto es el distrito de Santiago de Surco seguido por Miraflores. A pesar de tener una meta alta de satisfacción del cliente y tener como resultado del análisis para sostenerlo una gran cantidad de trabajadores, es factible realizarlo ya que el resultado del proyecto demuestra que aun teniendo el nivel de contrataciones propuesta el restaurant es rentable (EBITDA mayor a 32% y Margen Neto mayor a 20% en los 5 primeros años).
- De la misma manera se puede concluir que tener todo el personal en planilla es factible, ya que los márgenes del negocio lo permiten. De acuerdo a lo evaluado se puede concluir que el negocio del Restaurant Buffet es altamente rentable aún si se hace inversiones altas como la compra de un local propio (Margen EBITDA del primer año 33%).

Finalmente se concluye a pesar de las variaciones de precios (+ 5% a partir del segundo año), y/o inversiones existe un mercado potencial muy basto por lo que el restaurant, de tener un nivel de cocina buena será siempre rentable.

Para el antecedente nacional se tomó la tesis titulada “Estudio De Pre-Factibilidad Para La Implementación De Un Restaurante Gourmet Especializado En Parrillas Con Carne Importada De Estados Unidos, Certified Angus Beef”, esta fue desarrollada por María Cristina Agurto Osorio y publicada en el año 2015 por la Facultad de Ingeniería Industrial, Pontificia Universidad de Lima, la que fue desarrollada de la siguiente manera:

Resumen:

La presente investigación propone la implementación de un restaurante gourmet especializado en parrillas, con servicio exclusivo de mantelería larga y de servilletas de tela, cuyo insumo principal es la carne americana Certified Angus Beef (CAB). De acuerdo al estudio de mercado, los segmentos de influencia para el Angus Steakhouse serán personas pertenecientes al nivel socioeconómico A y B, de 18 a 70 años de edad residentes en Lima Moderna considerando solo el 30% como mercado objetivo con una participación de mercado de 5,26%. El mercado resultante en el 2020 es de 10.353 personas quienes asistirán en promedio 6 veces al año, por lo cual, se atenderían 62.118 comensales por año. Se establece que el 90% de los asistentes solicitarán un plato de carne CAB, en ese sentido, la demanda anual del proyecto para el 2020 es de 55.906 platos de carne CAB (equivalente a 18.029,75 kg de CAB), atendándose 155,30

platos de carne al día (172,55 comensales al día en promedio). El restaurante se localizará en la zona comercial de las avenidas La Mar y Mendiburu de acuerdo al resultado del análisis cualitativo de factores. Primero, se realizó una macrolocalización entre distritos que dio como resultado Miraflores y después una microlocalización para determinar la zona comercial adecuada para el restaurante. La capacidad instalada de la cocina industrial supera el tamaño-mercado concluyéndose que la única variable limitante es la demanda del proyecto. El restaurante requiere tecnología semiautomática y artesanal, empleando personal multifuncional.

Conclusión:

- La apertura de un restaurante gourmet especializado en parrillas de carne importada de Estados Unidos Certified Angus Beef es factible porque cuenta con la viabilidad de mercado, técnica, económica y financiera para su implementación cumpliendo con los objetivos trazados al inicio de la presente investigación.
- De acuerdo al estudio de mercado, el proyecto de inversión representará el 5,26% de participación del mercado atendiendo a personas pertenecientes al nivel socioeconómico A y B, de 18 a 70 años de edad residentes en Lima Moderna. Se recibirá a 61.118 comensales en el 2020, lo cual representa la misma cantidad de platos de fondo al año, siendo ésta la demanda del proyecto. La demanda de carne para el 2020 es de 55.906 platos cuyo requerimiento en kg es de 18.029,75 kg de carne CAB. Cabe mencionar que el concepto de carne CAB representa el 55% del costo de la materia prima total anual. Se atenderán a 172,54

comensales al día, de los cuales 155,30 comensales son los que ordenarán carne.

- La gestión de servicios utilizada en restaurantes similares como lo son: Carnal, El Hornero, La Carreta, La Vaca Loca, La Cuadra de Salvador, Cuarto y Mitad, entre otros, reafirmaron la importancia de la construcción de la identidad del restaurante a través del desarrollo de un concepto particular reflejado en la carta, decoración y estándares de atención al cliente.
- El restaurante se localizará en la zona comercial de las avenidas La Mar y Mendiburu de acuerdo al resultado del análisis cualitativo de factores. La ubicación del local dependió sobre todo de la cercanía al público objetivo y locales en alquiler disponibles. Actualmente, esta zona tiene miras a convertirse en el próximo boulevard gourmet de la capital dado el incremento de nuevos restaurantes y cafeterías.

2.2 BASES TEORICAS

TEORIA DE FACTIBILIDAD

La Teoría de la Factibilidad abarca todas aquellas cuestiones que tienen que ver con la realización esencial de un proyecto en cuanto a sus puntos básicos. Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Navarro Dino, 2017)

La Factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse. La factibilidad puede ser clasificada en: Operativa, Técnica y Económica.

La Factibilidad Operativa está determinada por la disponibilidad de todos los recursos necesarios para llevar adelante un proyecto. Por ejemplo, encontrar quienes serían los proveedores de los principales recursos necesarios para el proyecto, como armarías el depósito para los productos, etc.

La Factibilidad Técnica está relacionada con encontrar las herramientas, los conocimientos, las habilidades y las experiencias necesarias y suficientes, para hacer que el proyecto sea exitosamente realizado.

La Factibilidad Económica surge de analizar si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con el capital del que se dispone, y en su caso, realizar el estudio financiero correspondiente para captar capital de terceros. (Navarro Dino, 2017)

También son importantes dos aspectos: el legal y el medio ambiente. Con relación al primero, existe en todo país un orden jurídico, marcado por la carta magna de cada estado o norma jurídica más importante (constitución nacional), los tratados internacionales reconocidos por el órgano legislativo, de cada estado y el resto de las normas inferiores de carácter legislativo (leyes nacionales y provinciales) o reglamentario (decretos nacionales y provinciales), como así también toda otra norma que reglamente una actividad (resoluciones de entidades públicas, autárquicas o no, reguladores de alguna actividad como así mismo lo normado por los municipios y comunas.)

Todo el orden jurídico, con relación a un proyecto, puede prohibir su realización, o limitar, regular, predeterminar, la ejecución de ciertas actividades.

En cuanto al medio ambiente, el mismo es el medio que permite el desarrollo del proyecto, desde la visión holística del proyecto inserto en su medio, donde requerirá entradas, que luego del proceso que es el proyecto en sí, producirá salidas, positivas y negativas hacia el medio, el cual, evaluará la conveniencia o no, de mantener vivo este proyecto produciendo el efecto de la retroalimentación.

En cualquier caso, es importante que las salidas positivas sean mayores que las negativas. En cuanto a las negativas en sí, que pueden ser residuos o desechos que produzca el proyecto, es importante controlar, minimizar los efectos negativos, y en el mejor de los casos, convertir los efectos negativos en efectos positivos. Esto permitirá, que el proyecto sea considerado necesario e importante para el medio ambiente que lo rodea. (Lopez, 2016)

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Consiste en definir el nivel de factibilidad (posibilidades de éxito) para conseguir la solución de las necesidades.

El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades. (Hernandez, 2012)

Los tipos de factibilidades básicamente son:

- Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.
- Factibilidad económica: relación beneficio costo.

- Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización.

El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar. (Hernandez, 2012)

Se manejarán 4 niveles de factibilidad que servirán para determinar si un proyecto puede ser exitoso o no, estos niveles son:

- Operacional. Se refiere al hecho de que si trabajará o no el sistema si este se llega a desarrollar
- Técnico. Factibilidad técnica que contendrá los fundamentos técnicos de las decisiones adoptadas y resumirá los resultados de la etapa
- Económico: un sistema puede ser factible desde el punto de vista técnico y operacional, pero sino es factible económicamente para la organización no puede ser implantado. (Hernandez, 2012)

DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar. (Lavanda, 2005)

En la empresa se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativo. Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes a usuarios.
Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales. (Lavanda, 2005)

FACTIBILIDAD OPERATIVA TECNICA Y ECONOMICA

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto. (Estrada, 2014)

Factibilidad Técnica: Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento. (Estrada, 2014)

Algunos aspectos que deben ponerse en claro son:

- Correcto funcionamiento del producto o servicio (número de pruebas, fechas)
- Lo que se ha hecho o se hará para mantenerse cerca de los consumidores.
- Escalas de producción (es posible ampliar o reducir la producción).
- Proyectos complementarios para desarrollar el proyecto; ¿cómo se obtuvo o se obtendrá la tecnología necesaria?; ¿cómo se capacitará al personal del plantel?, ¿si existen proveedores alternativos a los seleccionados? (Estrada, 2014)

Factibilidad Económica: Debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas: (Estrada, 2014)

Costos: Debe presentarse la estructura de los costos contemplando costos fijos y variables.

Ventas: En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste. Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado (a través de investigaciones de mercado, estadísticas anteriores...)

Factibilidad Financiera: Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios. Se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el

proyecto y ordenarlos en forma cronológica. El horizonte de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su comienzo y finalización. Es importante utilizar algunos indicadores financieros, tales como: Periodo de recuperación (payback, paycash, payout o payoff): indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión con la ganancia que genera el negocio (meses o años).

La factibilidad financiera se calcula sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial hasta llegar a cero, en este caso no se estaría considerando el "valor tiempo del dinero", por esto también es útil calcular el periodo de repago compuesto en el que se incorpora una tasa al flujo de fondos que refleja las diferencias temporales.

El valor actual neto (VAN) es el valor de la inversión en el momento cero, descontados todos sus ingresos y egresos a una determinada tasa. Indica un monto que representa la ganancia que se podría tomar por adelantado al comenzar un proyecto, considerando la "tasa de corte" establecida (interés del mercado, tasa de rentabilidad de la empresa, tasa elegida por el inversionista, tasa que refleje el costo de oportunidad). (Estrada, 2014)

EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

a) 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.

- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. (Navarro Dino, 2017)

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias. Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa.

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad. Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles. (Navarro Dino, 2017)

b) Empresa

Una empresa es una unidad económica que satisface necesidades de otros a cambio de una ganancia. Esta definición incluye:

- Trabajo organizado
- Producto

- Mercado (oferta y demanda)
- Ganancias (Navarro Dino, 2017)

c) Objetivos de un estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- 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.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.

- Obtener el máximo de beneficios o ganancias. (Navarro Dino, 2017)

d) Criterios para elaborar la estructura y contenidos del estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad tiene una estructura definida; el orden de los contenidos está orientado:

- Presentar un resumen de proyecto.
- Elaborar cada parte por separado.
- Fundamentar cada parte en las anteriores.
- Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- Es importante que sea resumido, claro, con lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes. (Navarro Dino, 2017)

e) Ordenado el estudio según esos criterios, ¿cuál será su estructura?

- Resumen del proyecto.
- Antecedentes.
- Estudio del mercado. (Aspecto General)
- Aspectos técnicos y productivos.
- Aspectos administrativos.
- Inversiones, plan de financiamiento y resultado de la operación.
- Proyecciones financieras (Aspecto General)
- Bases para evaluar los datos.
- Instalación y operación del proyecto.
- Cuadros y anexos. (Navarro Dino, 2017)

CREACION DE UN RESTAURANTE

Mercado al que va dirigido su restaurante

Como es imposible que acapare todo el mercado, es mejor concentrarse en el 5 a 10 por ciento del mercado que usted puede captar. (Arteaga, 2015)

Su mercado puede ser:

Adultos jóvenes: Son los que más salen a cenar, les gusta comida mexicana, pizza, hamburguesas, comida asiática y sándwiches. Parecen preferir establecimientos informales a restaurantes formales que estén de moda.

La familia: para atraer a este mercado, los restaurantes pueden ofrecer una atmósfera agradable para familias, donde los niños puedan sentirse cómodos y comer lo que les gusta, al mismo tiempo que los padres pueden tranquilamente degustar alimentos de su agrado.

Gente mayor: este grupo visita normalmente restaurantes elegantes. Están menos preocupados por el valor y están mucho más enfocados en servicio excelente y comida sobresaliente. Para atraer este mercado se requiere de un ambiente más elegante y sofisticado. (Arteaga, 2015)

Concepto del restaurante

Para definir el concepto es importante conocer la competencia y las tendencias gastronómicas nacionales e internacionales.

Los conceptos le permiten hacerle saber a sus clientes qué esperar del restaurante con anticipación y le dan un poco de estructura a su operación.

Algunos de los conceptos de restaurante más populares son: mariscos, restaurantes especializados en carnes, restaurantes familiares,

restaurantes informales y restaurantes étnicos (comida mexicana, china, árabe, etc.).

Este punto debe relacionarse con la arquitectura, decoración y ambientación del lugar, para ofrecerle al cliente un lugar armonioso y confortable. (Arteaga, 2015)

Estudio financiero

Proyecta la inversión total, punto de equilibrio, ganancias esperadas, así como el tiempo de recuperación para seleccionar las fuentes de financiamiento.

Para saber cuánto dinero necesita para abrir un restaurante depende de su tipo, la instalación, cuánto equipo necesita, si compra nuevo o usado, su inventario, sus costos de mercadotecnia y la cantidad de efectivo que necesita tener a la mano hasta que la empresa empieza a generarlo. (Arteaga, 2015)

Fuentes de financiamiento:

Por medio de sus propios recursos: Válgase de sus ahorros y si es necesario venda aquellas cosas que le son menos útiles o úselas como garantía para obtener un préstamo.

Recurra a amigos y Familiares: Acérquese a amigos y parientes que crean en usted, quieran y puedan ayudarlo; y recuerde hacer todo por escrito, pero también asegúrese de que quienes le presten pueden permitirse el riesgo de invertir en su empresa.

Consiga socios: Busque quien tenga recursos financieros y quiera trabajar con usted en la empresa, o a quien desee invertir pero que no tiene interés en hacer el trabajo. Así también en este caso, es recomendable hacerlo todo a través de un contrato en donde claramente se defina sus respectivas responsabilidades y obligaciones. (Arteaga, 2015)

Donde ubicar el restaurante

Hay algunos factores que debe tomar en cuenta para determinar dónde ubicar su restaurante:

- El dinamismo económico del área.
- La facilidad para localizar y llegar a su negocio por parte de sus clientes.
- Excelente comunicación y visibilidad del restaurante.
- Procure que el sitio tenga estacionamiento de fácil acceso a sus clientes.

El historial del lugar: ¿Quién lo ocupó previamente y porque lo dejaron?

Que tenga la posibilidad de pagar el alquiler del negocio.

Que los términos especificados en la renta, le sean convenientes.

(Arteaga, 2015)

Los trámites requeridos

Se debe estar muy informado sobre este tipo de cuestiones, ya que muchas veces el desconocimiento de éstos puede perjudicar seriamente a la operación del negocio. Entre estos requisitos están los sociales

(vecinos del área), políticos, culturales, ecológicos y los legales como impuestos, uso de suelo, venta de bebidas alcohólicas, anuncio externo, etc. Dichos términos varían considerablemente dependiendo de la localización del restaurante. (Arteaga, 2015)

Conceptualización y diseño del restaurante

Ya listo el estudio de factibilidad y rentabilidad, es preciso diseñar los menús de alimentos, bebidas y vinos, a ofrecer, con ello se obtiene ya una conceptualización del restaurante, de igual forma ya se puede proceder a diseñar los Planos y las dimensiones de sus áreas. Es esencial comenzar por la cocina, ya que es el motor productivo del negocio, también se debe tomar en cuenta los flujos de servicio, la compra del mobiliario y demás equipos, contactar proveedores, etc. (Planeta, 2017)

2.3 DEFINICION DE TERMINOS

Factibilidad Técnica: Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implantación del proyecto. Además, indica si se dispone del equipo y herramientas para llevarlo a cabo, de no ser así, si existe la posibilidad de generarlos o crearlos en el tiempo requerido por el proyecto si es y luego implementarlo cada vez más seguro así tendremos un proyecto mucho mejor. (Kendall, Factibilidad Técnica, 1997)

Factibilidad Económica: Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para

obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos. (Blanco, 2007).

Factibilidad Operativa: depende de los recursos humanos disponibles para el proyecto e implica determinar si el sistema funcionará será utilizado una vez que se instale. Esta parte depende única y exclusivamente de los usuarios ya que, si le aportamos un sistema que funcione eficaz y accesiblemente, con creatividad e innovaciones, las probabilidades de que el sistema solicitado sea usado serán mayores en cuanto a la funcionalidad del sistema, la utilización del sistema, y los recursos humanos necesarios. (Kendall, Factibilidad Operativa, 2005)

Estudio Financiero: El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión. (Anzil, 2017)

Financiamiento: Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio. (Vasquez Olivera, 2012)

Ubicación: Ubicación es el lugar en que está ubicado algo o la acción y efecto de ubicar (situar, localizar o instalar en determinado lugar o espacio). El término puede asociarse a un cierto espacio geográfico. (Horacio Capel Sáez, 1982).

Tramites: Trámite es la gestión o diligenciamiento que se realiza para obtener un resultado, en pos de algo, o los formulismos necesarios para resolver una cosa o un Habitualmente los trámites se realizan en las administraciones públicas y en menor escala en el sector privado, los mismos son de diversas índoles, el ciudadano tiene que hacer trámites en forma permanente para desenvolverse en una sociedad organizada, es por ello que existen muchos organismos públicos creados a tal fin. (Sánchez, 2012)

Diseño: Se define como el proceso previo de configuración mental, "prefiguración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas. (Scott, 1984)

Clientes: Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Cardenas, 2011)

Planificación: Consiste en decidir con anticipación lo que hay que hacer, quién tiene que hacerlo, y cómo deberá hacerse". Se erige como puente entre el punto en que nos encontramos y aquel donde queremos ir. (Murdicck, 1994)

Experiencia: Es una forma de conocimiento o habilidad derivados de la observación, de la participación y de la vivencia de un evento proveniente de las cosas que suceden en la vida, es un conocimiento que se elabora colectivamente. Es aquella persona que tiene conocimientos más avanzados. (Merino, definicion.com, 2010).

Gasto: Se denomina gasto o egreso a la anotación o partida contable que disminuye el beneficio o aumenta la pérdida de una sociedad o persona física. Se diferencia del término costo porque precisa que hubo o habrá un desembolso financiero (movimiento de caja o bancos). (Alcántara, 2013)

Recursos Económicos: Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. (Quick, 2007)

Ganancia: es un término utilizado para designar los beneficios que se obtienen de un proceso o actividad económica. Es más bien impreciso, dado que incluye el resultado positivo de esas actividades medido tanto en forma material o "real" como monetaria o nominal. Consecuentemente, algunos diferencian entre beneficios y ganancia. (Smith, 1990)

Socio: Es la persona que recibe cada una de las partes en un contrato de sociedad. Mediante ese contrato, cada uno de los socios se compromete a aportar un capital a una sociedad, normalmente con una finalidad empresarial con la capacidad de tener más capital. (Merino, definicion.com, 2009)

Personal: Se conoce como personal al conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, empresa o entidad. El personal es el total de los trabajadores que se desempeñan en la organización en cuestión. (Merino, definicion.com, 2009)

2.4 HIPOTESIS

2.4.1 HIPOTESIS GENERAL

El estudio de factibilidad técnica, económica, operática contribuye de manera positiva en la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco.

2.4.2 HIPOTESIS ESPECÍFICAS

- El estudio de factibilidad técnica, económica, operativa se realiza de manera adecuada para la creación de restaurantes de comida selvática
- La creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco, es factible.

2.5 VARIABLES

2.5.1 DEFINICION CONCEPTUAL DE LA VARIABLE

Estudio de Factibilidad Técnica Económica, Operativa

“Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. (VARELA, 1997)

Creación de Restaurante de comida selvática

Se define como apertura de un restaurante a la implementación de un centro de venta de comida selvática, donde se debe relacionarse con la arquitectura, decoración y ambientación del lugar, para ofrecerle al cliente un lugar armonioso y confortable. (Arteaga, 2015)

2.5.2 DEFINICION OPERACIONAL DE LA VARIABLE

Estudio de Factibilidad Técnica Económica, Operativa

“La Factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse. La factibilidad puede ser clasificada en: Operativa, Técnica y Económica” (Blank L., 1999).

Creación de Restaurante de comida selvática

“Un restaurante o restoránes un establecimiento comercial, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.” (Andrews, 2007).

2.5.3 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Tabla N° 1: Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores
Estudio de Factibilidad Técnica Económica, Operativa	“La Factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo, es decir, pueda materializarse. La factibilidad puede ser clasificada en: Operativa, Técnica y Económica” (Blank L., 1999).	Operativa	Tipo de actividad Personal Planificación
		Técnica	Equipo necesario Experiencia Personal capacitado
		Económica	Recursos económicos Costo – beneficio Gastos Recursos presentes Recursos necesarios
Creación de Restaurante de comida selvática	Se define como apertura de un restaurante a la implementación de un centro de venta de comida selvática, donde se debe relacionarse con un financiamiento, ambientación o diseño del lugar, trámites necesarios para ofrecerle al cliente un lugar armonioso y confortable. (Arteaga, 2015)	Estudio financiero	Inversión total Equipos Ganancias
		Financiamiento	Fondos propios Fondos externos Socios
		Ubicación	Dinamismo de área Accesibilidad
		Tramites	Legales Políticos Culturales
		Diseño	Ambiente agradable Clima
		Clientes	Tipo de clientes Edad de los clientes Preferencias

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III: METODOLOGIA

3.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación fue de tipo correlacional descriptiva y enfoque cualitativo porque se verifico si efectivamente hay una relación directa con el estudio de factibilidad, donde se estudió de manera detallada cada uno de los criterios que se tiene para poder crear un restaurante de comida selvática.

“Los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo estudio y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.” (HERNÁNDEZ, 1997)

La investigación que se realizará fue cuantitativa, porque se recolectara la información mediante preferencias de los consumidores mediante encuestas.

3.2 DESCRIPCION DEL AMBITO DE LA INVESTIGACION

El ámbito de estudio se encuentra en relación directa el estudio de factibilidad y la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad Cusco.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

“Es el universo de estudio de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados, constituida por las personas de la ciudad del Cusco”.

La población muestral de la investigación estuvo conformada por 225 dueños de restaurantes del mercado del Cusco

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

La población muestral utilizada para la presente investigación, estuvo conformada por 106 dueños de restaurantes del mercado del Cusco

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

“Recolectar datos consiste en elaborar un plan detallado de procedimientos que conduzcan a reunir datos con un propósito específico”

Para (Arias, F.2006), los instrumentos de investigación "son los medios materiales que se emplearon para recoger y almacenar la información."

TÉCNICAS

Para el siguiente estudio se utilizó el instrumento siguiente:

- Encuesta- Se realizó en la ciudad del Cusco a las personas mediante preguntas cerradas.

INSTRUMENTOS

- Cuestionario. - contiene un listado de preguntas cerradas para poder obtener información válida.

3.5 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

El instrumento de la presente investigación fue validado mediante el juicio de expertos.

“El juicio de expertos es un método de validación útil para verificar la fiabilidad de una investigación que se define como “una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones”” (Escobar-Pérez, 2008)

3.6 PLAN DE RECOLECCION Y PROCESAMIENTO DE DATOS

Para la presente investigación, la unidad de estudio fue el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida selvática en la ciudad del Cusco

3.6.1 ANALISIS DE DATOS

El presente estudio se desarrolló bajo los siguientes aspectos:

- Se seleccionó el tema de estudio: “Estudio De Factibilidad Económica, Técnica, Operativa Para La Propuesta De Creación De Restaurantes De Comida Tradicional Selvática En La Ciudad Del Cusco”.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

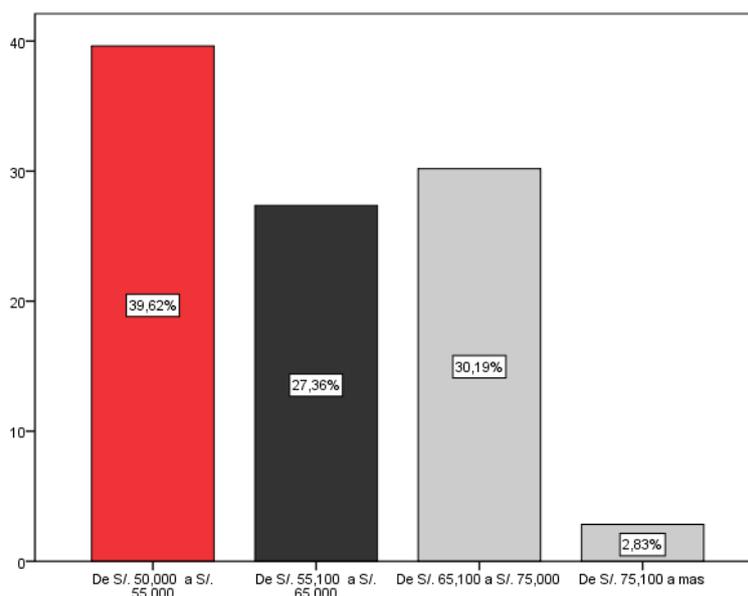
Factibilidad Operativa

Tabla N° 1 ¿Cuánto de presupuesto se necesita para abrir un restaurante (aproximado)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De S/. 50,000 a S/. 55,000	42	39,6	39,6	39,6
	De S/. 55,100 a S/. 65,000	29	27,4	27,4	67,0
	De S/. 65,100 a S/. 75,000	32	30,2	30,2	97,2
	De S/. 75,100 a mas	3	2,8	2,8	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 1 ¿Cuánto de presupuesto se necesita para abrir un restaurante (aproximado)?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

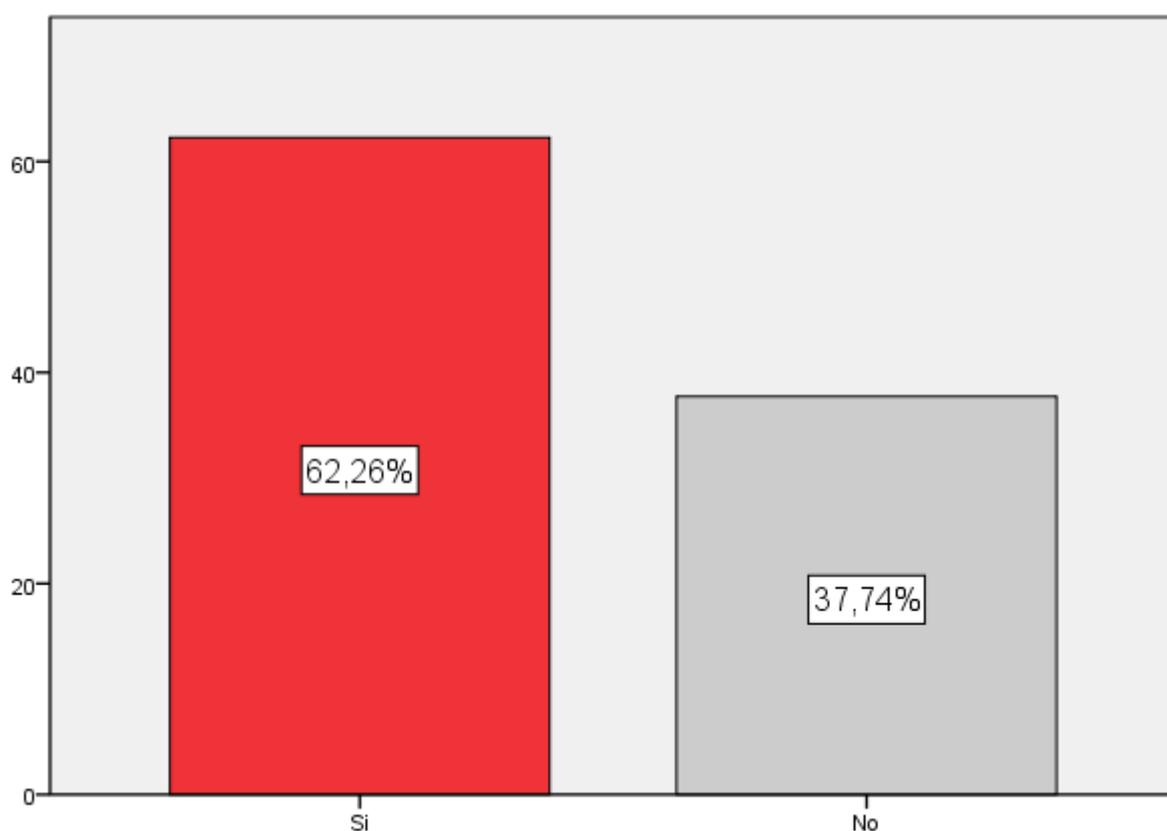
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 39,62% de los encuestados respondió que el presupuesto necesario para abrir un restaurante (aproximado) es de 50,000 a 55,000 nuevos soles, mientras que la minoría representando el 2,83% respondió que el presupuesto necesario es de 75,100 a más nuevos soles.

Tabla N° 2 ¿Usted cree que la ubicación es importante para un restaurante de comida selvática?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	66	62,3	62,3	62,3
	No	40	37,7	37,7	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 2 ¿Usted cree que la ubicación es importante para un restaurante de comida selvática?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

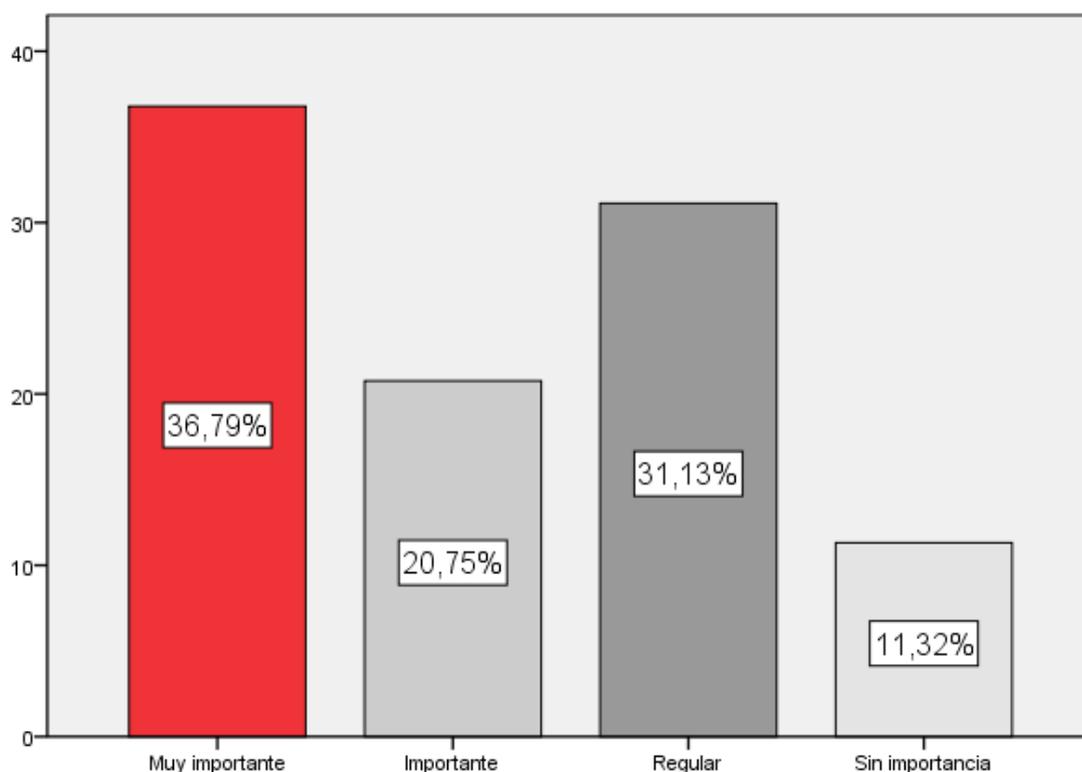
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 62,26% de los encuestados respondió que la ubicación es importante para un restaurante de comida selvática, mientras que la minoría representando el 37,74% respondió que no es importante la ubicación para el restaurante.

Tabla N° 3 ¿Usted como considera la implementación para un restaurante de comida selvática?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy importante	39	36,8	36,8	36,8
	Importante	22	20,8	20,8	57,5
	Regular	33	31,1	31,1	88,7
	Sin importancia	12	11,3	11,3	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 3 ¿Usted como considera la implementación para un restaurante de comida selvática?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

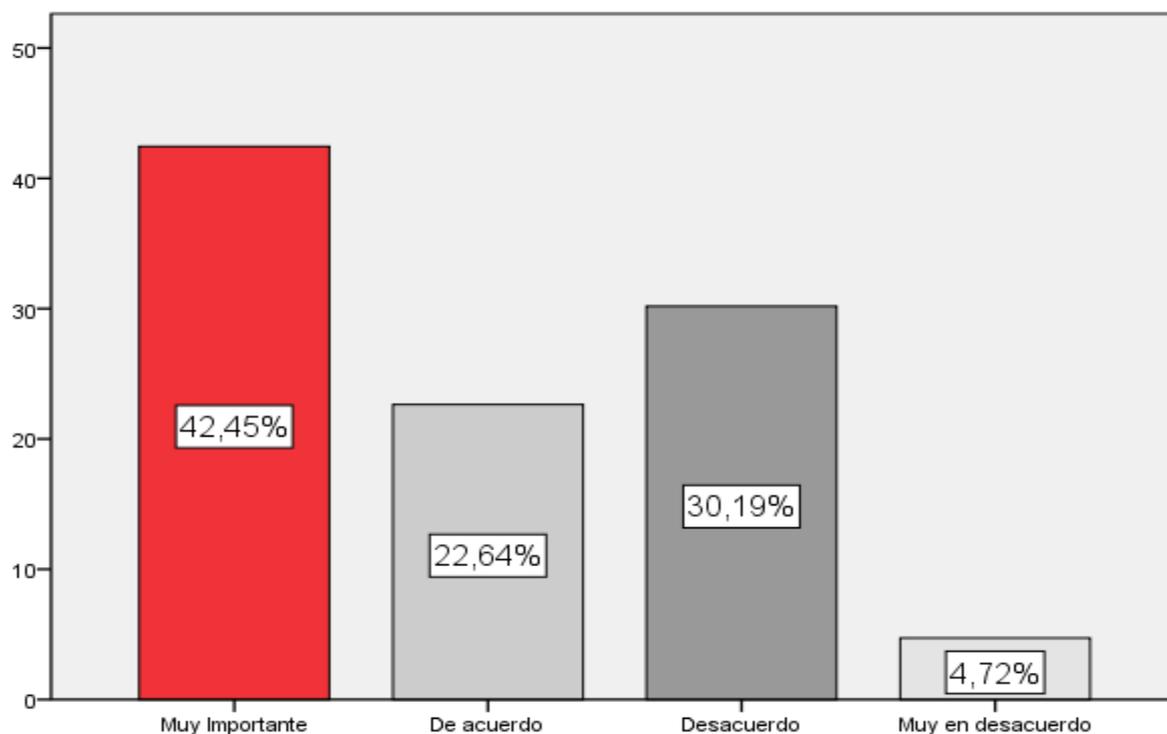
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 62,26% de los encuestados respondió que la implementación para un restaurante de comida selvática es muy importante, mientras que la minoría representando el 11,32% respondió que no es importante la implementación para el restaurante.

Tabla N° 4 ¿Usted considera que el ambiente del restaurante de comida selvática es importante para atraer a los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Importante	45	42,5	42,5	42,5
	De acuerdo	24	22,6	22,6	65,1
	Desacuerdo	32	30,2	30,2	95,3
	Muy en desacuerdo	5	4,7	4,7	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 4 ¿Usted considera que el ambiente del restaurante de comida selvática es importante para atraer a los clientes?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

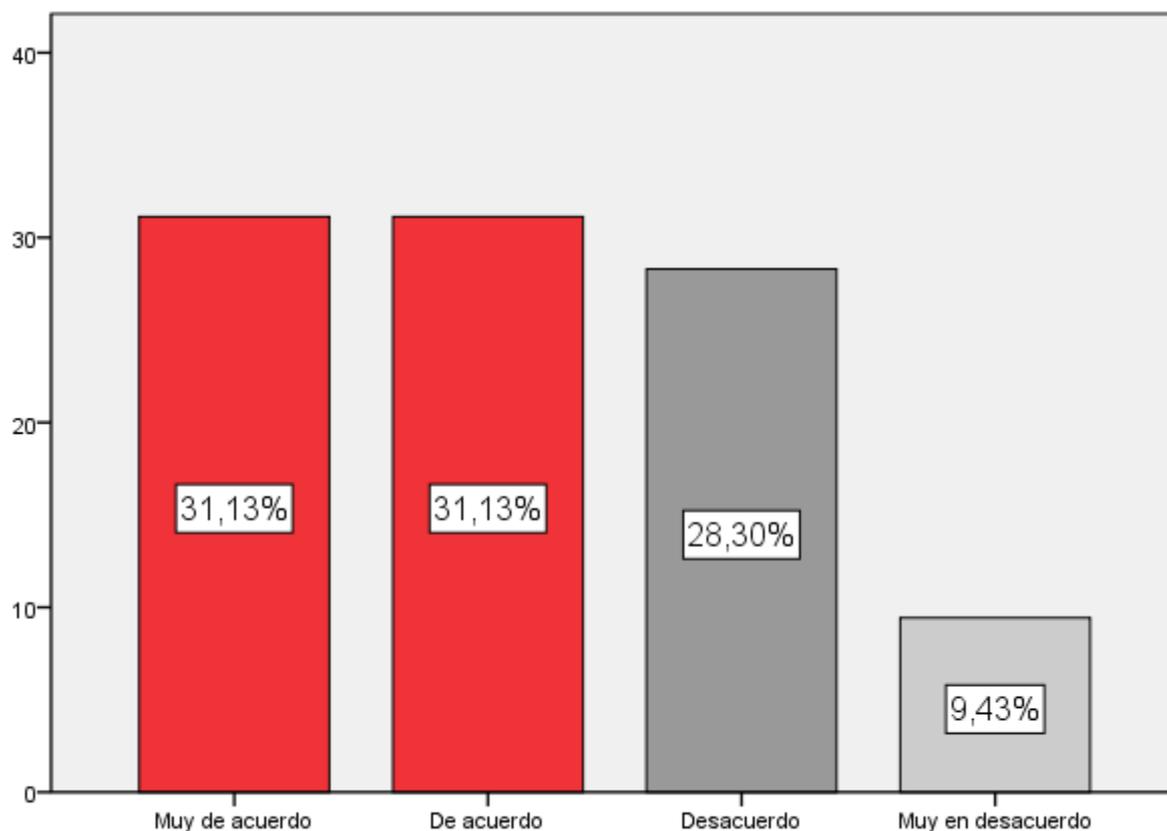
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 42,45% de los encuestados respondió que el ambiente del restaurante de comida selvática es importante para atraer a los clientes, mientras que la minoría representando el 4,72% respondió que no es importante el ambiente para el restaurante.

Tabla N° 5 ¿Usted considera que la calidad de servicio es importante para la satisfacción de los cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	33	31,1	31,1	31,1
	De acuerdo	33	31,1	31,1	62,3
	Desacuerdo	30	28,3	28,3	90,6
	Muy en desacuerdo	10	9,4	9,4	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 5 ¿Usted considera que la calidad de servicio es importante para la satisfacción de los cliente?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

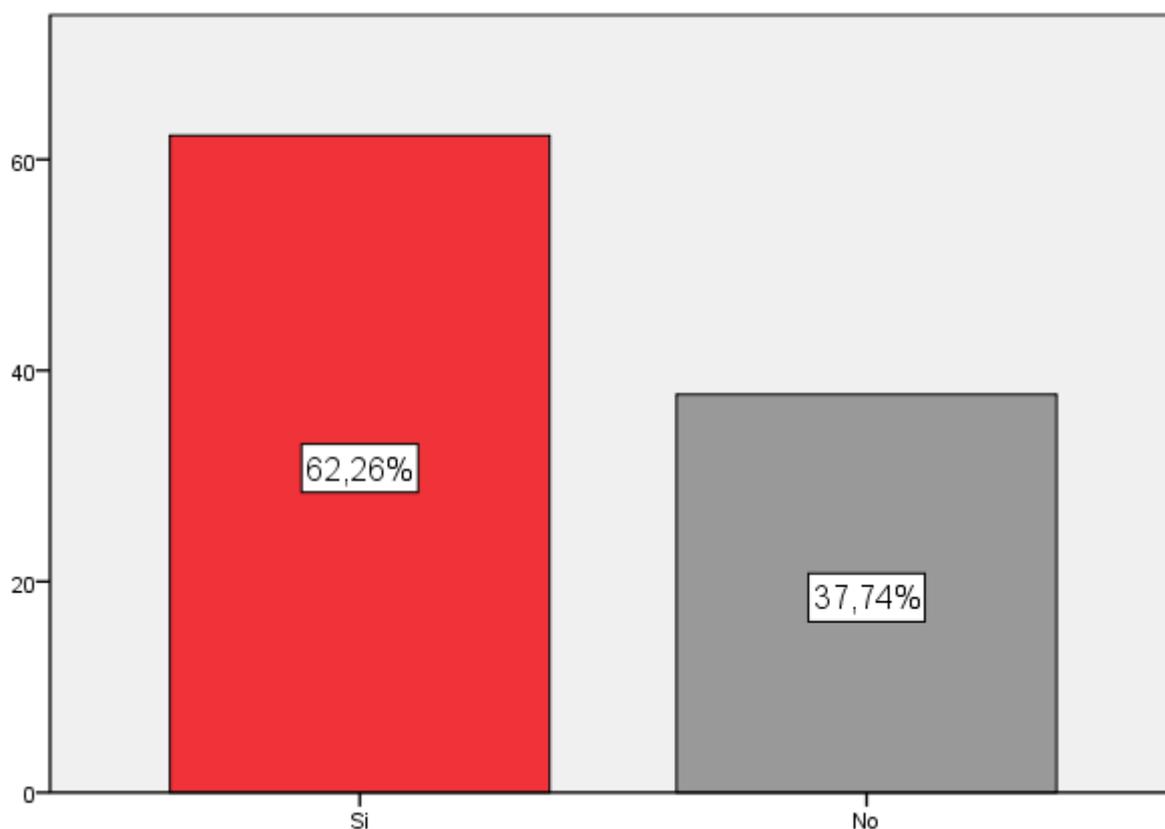
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 31,13% de los encuestados respondió que la calidad de servicio es importante para la satisfacción del cliente, mientras que la minoría representando el 9,43% respondió que no es importante la calidad de servicio para el restaurante.

Tabla N° 6 ¿Usted considera que los tramites para los permisos son importantes para la apertura de un restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	66	62,3	62,3	62,3
	No	40	37,7	37,7	100,0
Total		106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 6 ¿Usted considera que los tramites para los permisos son importantes para la apertura de un restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

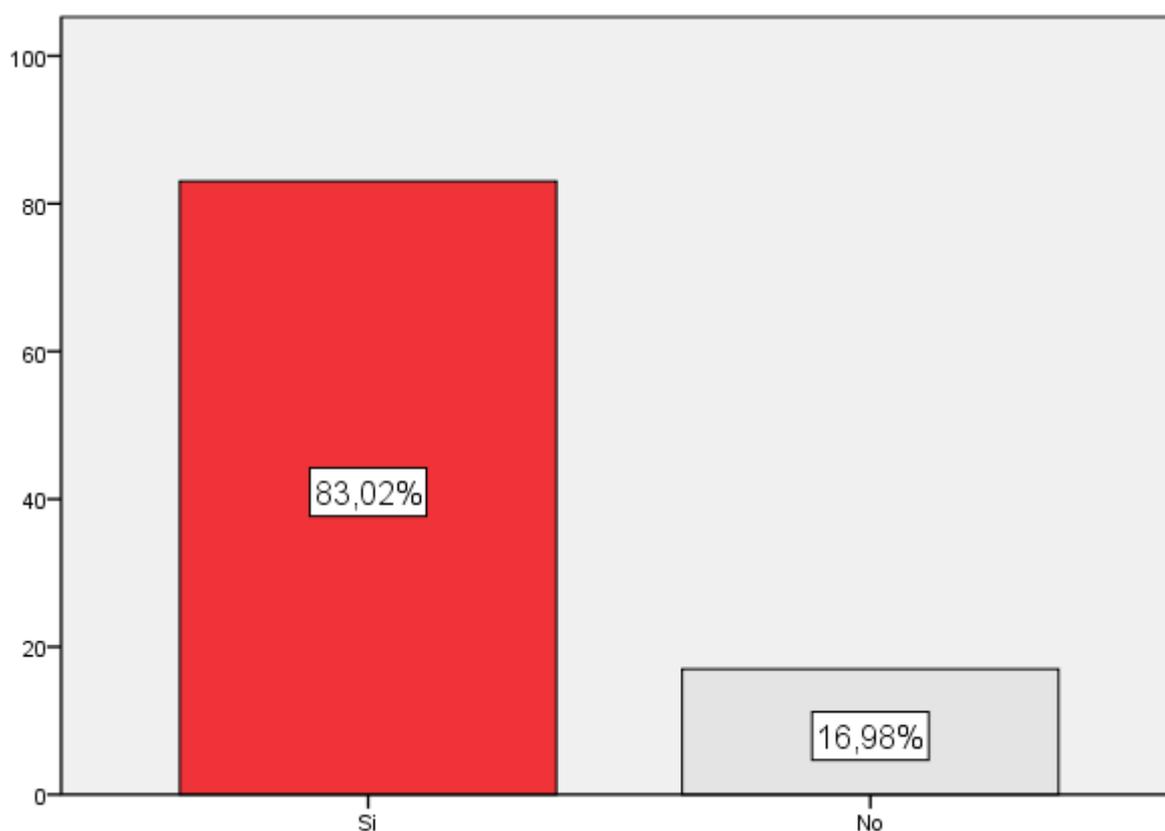
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 62,26% de los encuestados respondió que los trámites para los permisos son importantes para la apertura de un restaurante, mientras que la minoría representando el 37,74% respondió que no son importantes los permisos para la apertura de un restaurante.

Tabla N° 7 ¿Usted realizo un análisis presupuestal para los implementos para el restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	88	83,0	83,0	83,0
	No	18	17,0	17,0	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 7 ¿Usted realizo un análisis presupuestal para los implementos para el restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

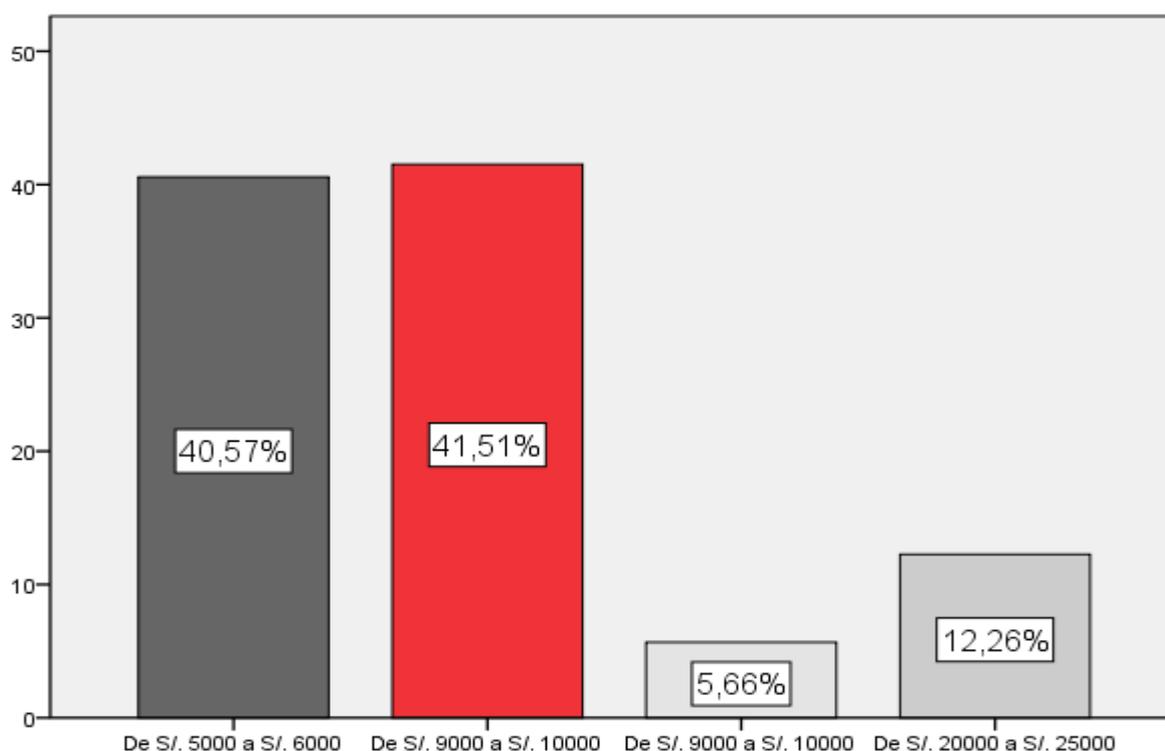
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 83,02% de los encuestados respondió que realizo un análisis presupuestal para los implementos para el restaurante, mientras que la minoría representando el 16,96% respondió que no realizo un análisis presupuestal.

Tabla N° 8 ¿Cuánto de presupuesto se requiere para la implementación de la cocina de un restaurante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De S/. 5,000 a S/. 6,000	43	40,6	40,6	40,6
De S/. 9,000 a S/. 10,000	44	41,5	41,5	82,1
De S/. 10,000 a S/. 15,000	6	5,7	5,7	87,7
De S/. 20,000 a S/. 25,000	13	12,3	12,3	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 8 ¿Cuánto de presupuesto se requiere para la implementación de la cocina de un restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

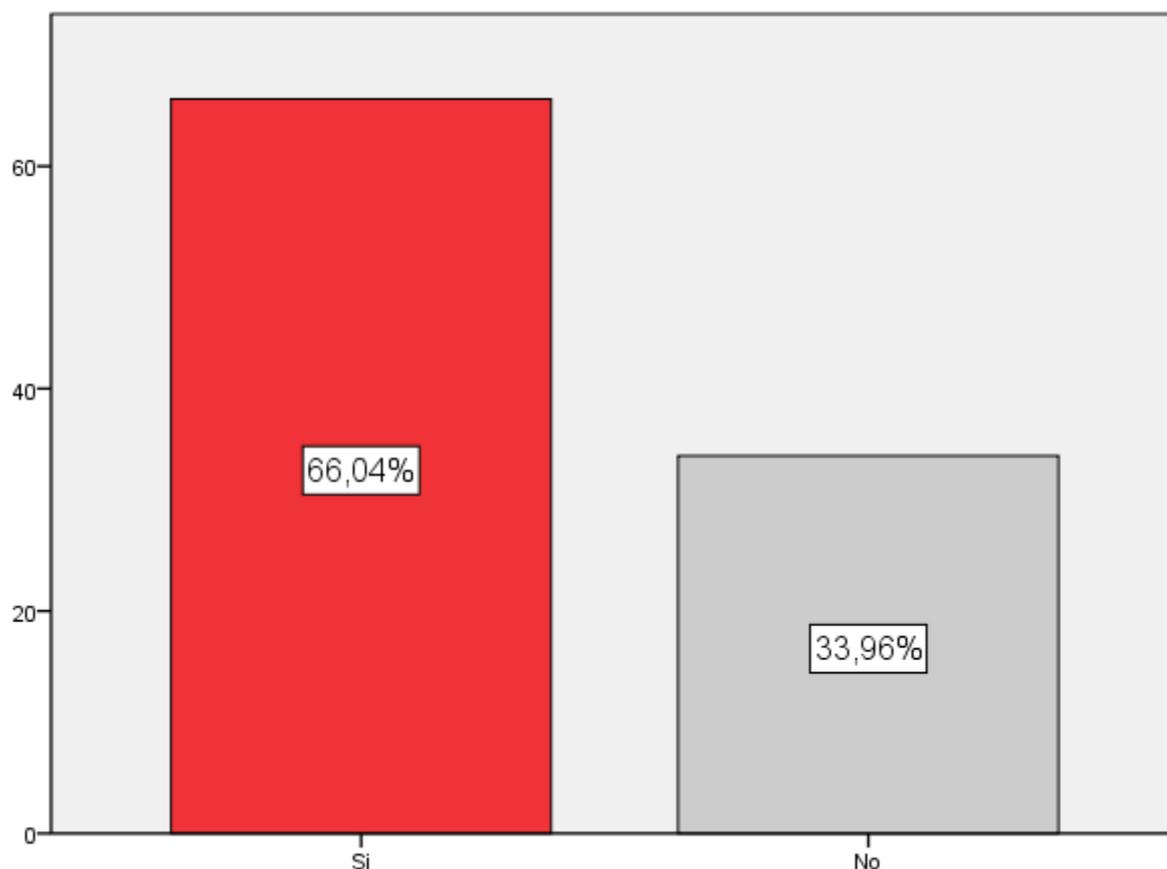
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 41,51% de los encuestados respondió que el presupuesto que se requiere para la implementación de la cocina de un restaurante es de 9,000 a 10,000 nuevos soles, mientras que la minoría representando el 5,66% respondió que el presupuesto es de 10,000 a 15,000 nuevos soles.

Tabla N° 9 ¿El personal de su restaurante dispone con un uniforme representativo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	70	66,0	66,0	66,0
	No	36	34,0	34,0	100,0
Total		106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 9 ¿El personal de su restaurante dispone con un uniforme representativo?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

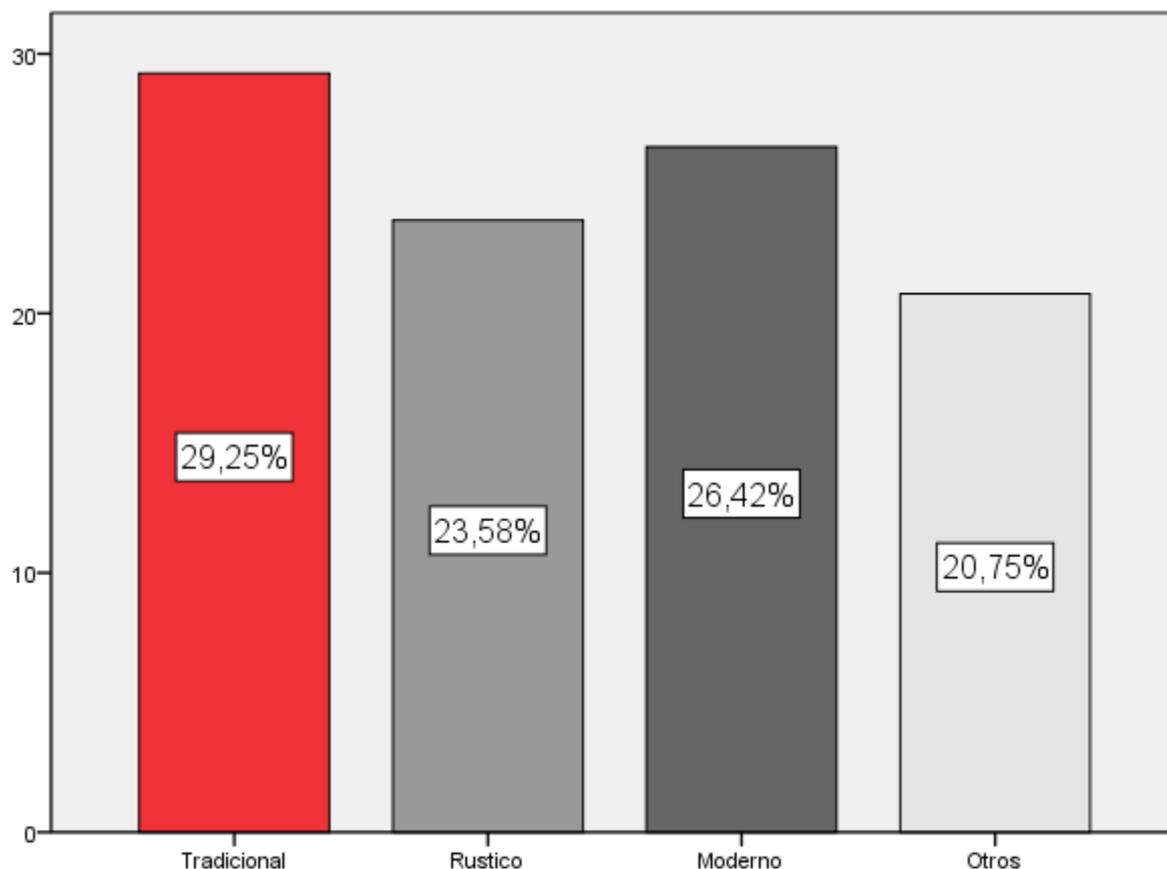
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 66,04% de los encuestados respondió que el personal de su restaurante dispone con un uniforme representativo, mientras que la minoría representando el 33,96% respondió que no se dispone con un uniforme.

Tabla N° 10 ¿Qué tipo de decoración tiene el ambiente del restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tradicional	31	29,2	29,2	29,2
	Rustico	25	23,6	23,6	52,8
	Moderno	28	26,4	26,4	79,2
	Otros	22	20,8	20,8	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 10 ¿Qué tipo de decoración tiene el ambiente del restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

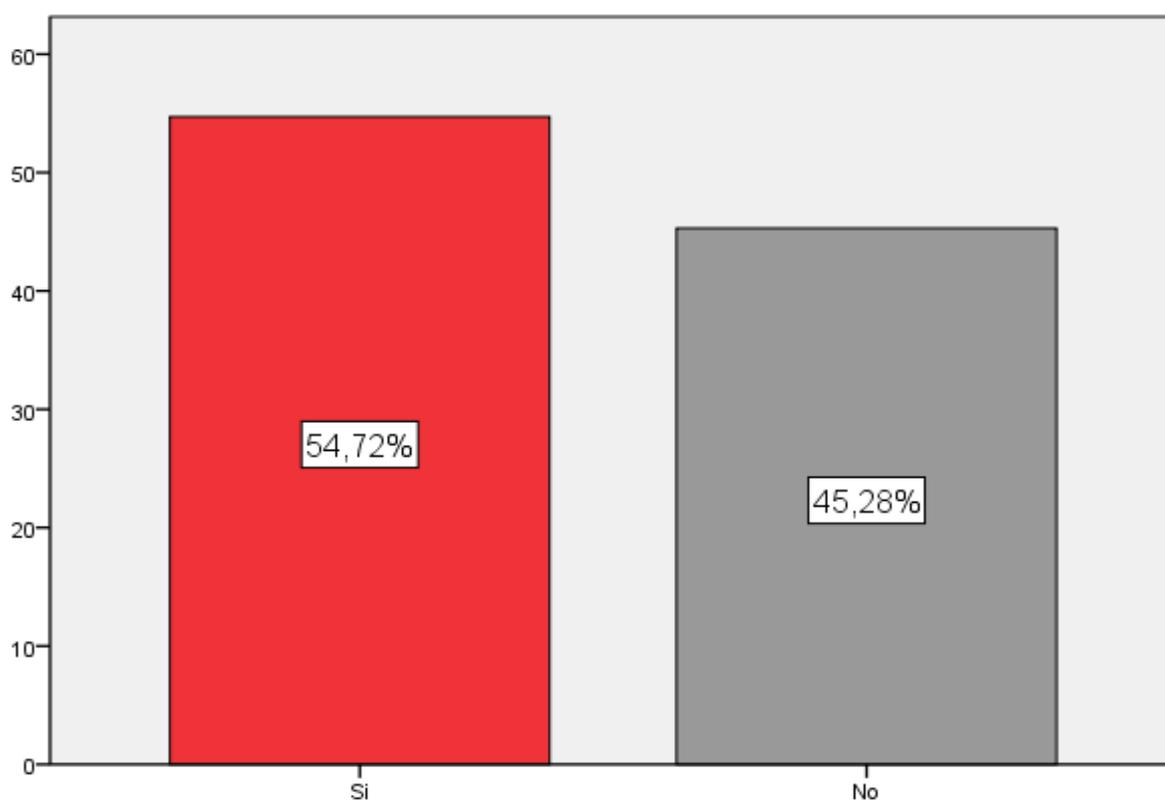
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 29,25% de los encuestados respondió que el tipo de decoración que tiene el ambiente del restaurante es tradicional, mientras que la minoría representando el 20,75% respondió que la decoración es de otros tipos.

Tabla N° 11 ¿Según a la experiencia con restaurantes, la implementación de un restaurantes de comida selvática necesitaría de un ambiente grande?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	58	54,7	54,7	54,7
	No	48	45,3	45,3	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 11 ¿Según a la experiencia con restaurantes, la implementación de un restaurantes de comida selvática necesitaría de un ambiente grande?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

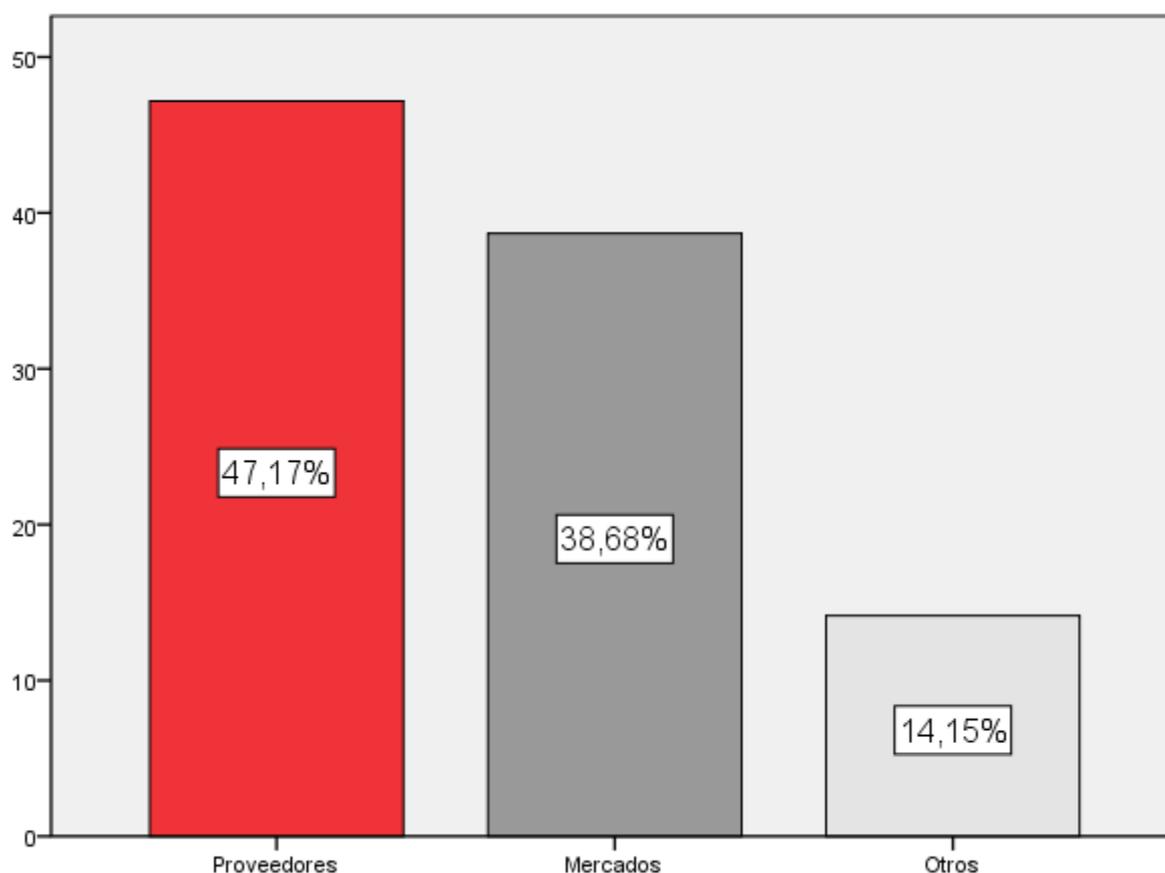
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 54,72% de los encuestados respondió que la experiencia con restaurantes, la implementación de unos restaurantes de comida selvática necesitaría de un ambiente grande, mientras que la minoría representando el 45,28% respondió que no es necesario un ambiente grande.

Tabla N° 12 ¿De qué manera adquiere sus insumos para su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Proveedores	50	47,2	47,2	47,2
	Mercados	41	38,7	38,7	85,8
	Otros	15	14,2	14,2	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 12 ¿De qué manera adquiere sus insumos para su restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se observó que el 47,17% de los encuestados respondió que la manera de que adquiere sus insumos para su restaurante es mediante proveedores, mientras que la minoría representando el 14,15% respondió que adquiere de otras maneras.

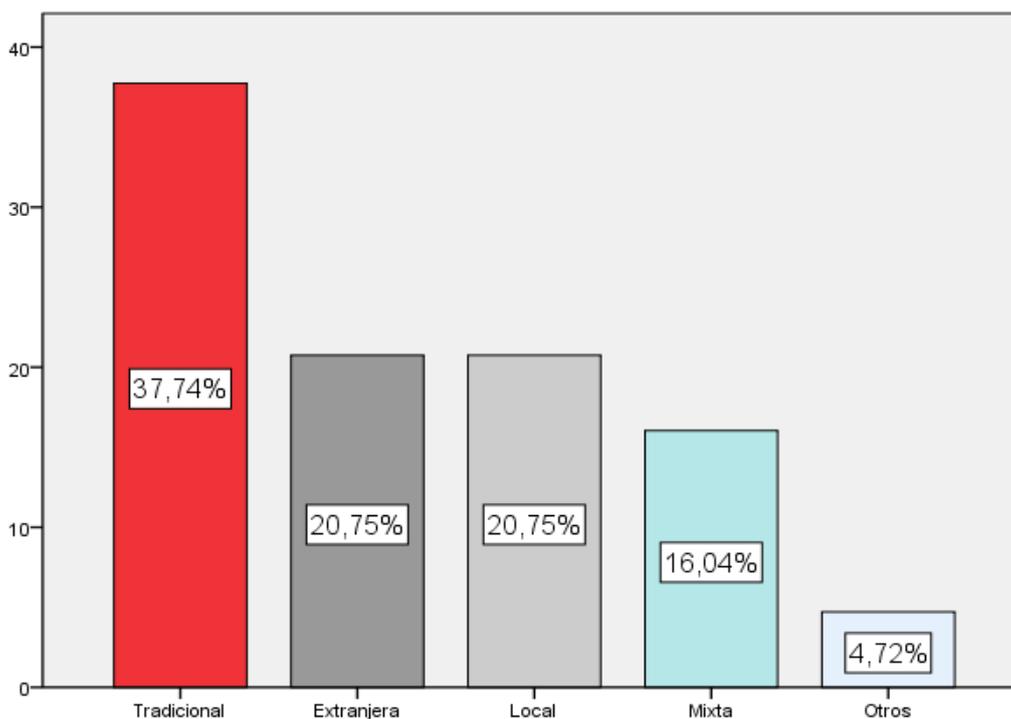
Factibilidad Técnica

Tabla N° 13 ¿Qué tipo de comida se prepara en su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tradicional	40	37,7	37,7	37,7
	Extranjera	22	20,8	20,8	58,5
	Local	22	20,8	20,8	79,2
	Mixta	17	16,0	16,0	95,3
	Otros	5	4,7	4,7	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 13 ¿Qué tipo de comida se prepara en su restaurante?



Interpretación:

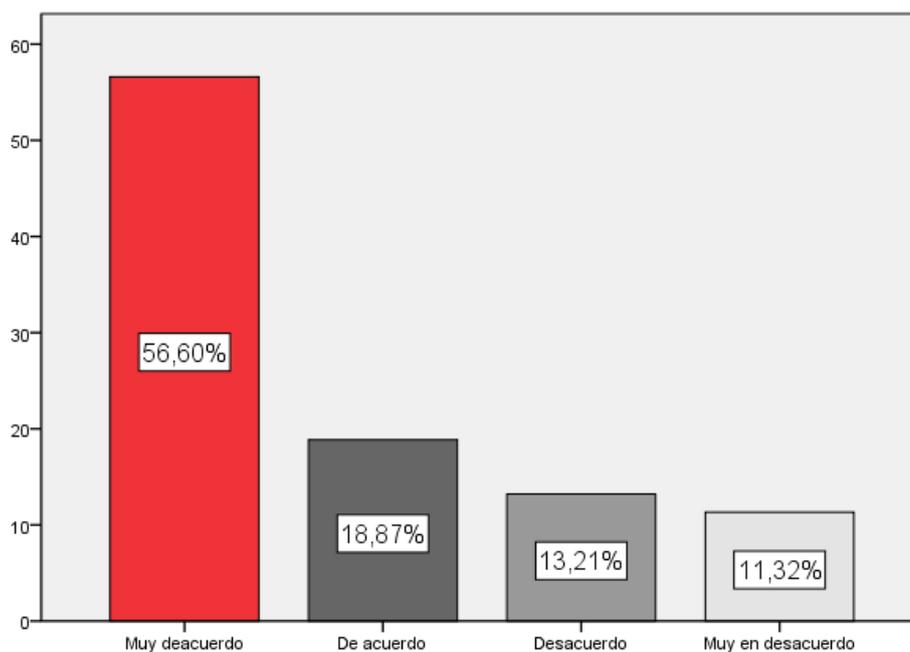
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó el tipo de comida que se prepara en el restaurante, el 37.74% de la población encuestada respondió que tradicional, mientras que el 4.72% respondió que otros.

Tabla N° 14 ¿Usted considera que la imagen de los empleados tiene que estar relacionado con el ambiente del restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	60	56,6	56,6	56,6
	De acuerdo	20	18,9	18,9	75,5
	Desacuerdo	14	13,2	13,2	88,7
	Muy en desacuerdo	12	11,3	11,3	100,0
Total		106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 14 ¿Usted considera que la imagen de los empleados tiene que estar relacionado con el ambiente del restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

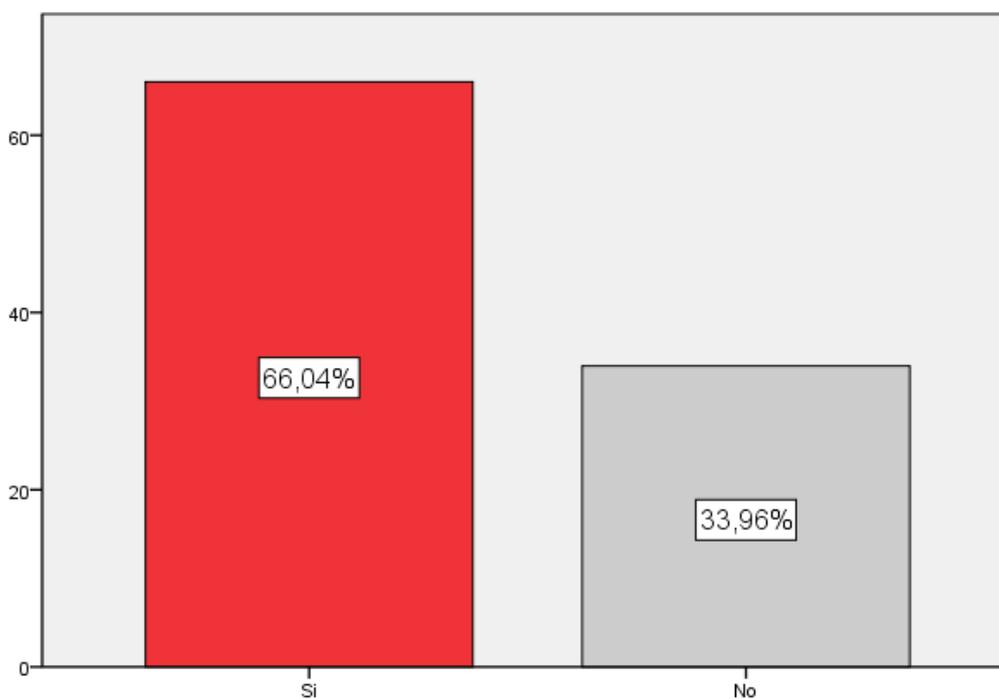
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó si la imagen de los empleados tiene que ver relacionado con el ambiente del restaurante, el 56.60% de la población encuestada respondió que es muy adecuado, mientras que el 11.32% respondió que muy en desacuerdo.

Tabla N° 15 ¿Usted cree que la rapidez de la atención influye en la calidad del servicio del restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	70	66,0	66,0	66,0
	No	36	34,0	34,0	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 15 ¿Usted cree que la rapidez de la atención influye en la calidad del servicio del restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

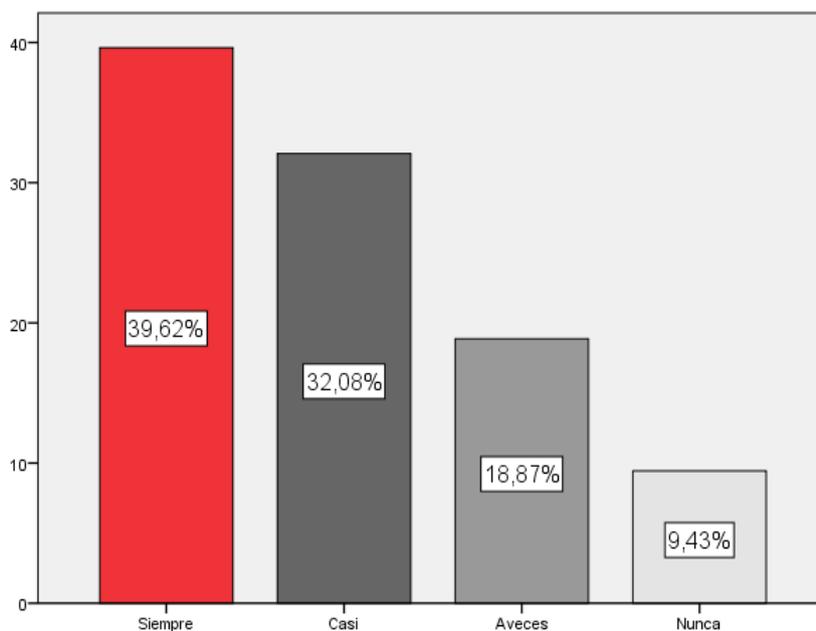
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó que la rapidez de la atención influye en la calidad del servicio del restaurante, el 66.04% de la población encuestada respondió que, si influye, mientras que el 33.96% respondió que no influye en la calidad del servicio del restaurante

Tabla N° 16 ¿Usted con qué frecuencia capacita al personal de su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	42	39,6	39,6	39,6
	Casi	34	32,1	32,1	71,7
	A veces	20	18,9	18,9	90,6
	Nunca	10	9,4	9,4	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 16 ¿Usted con qué frecuencia capacita al personal de su restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

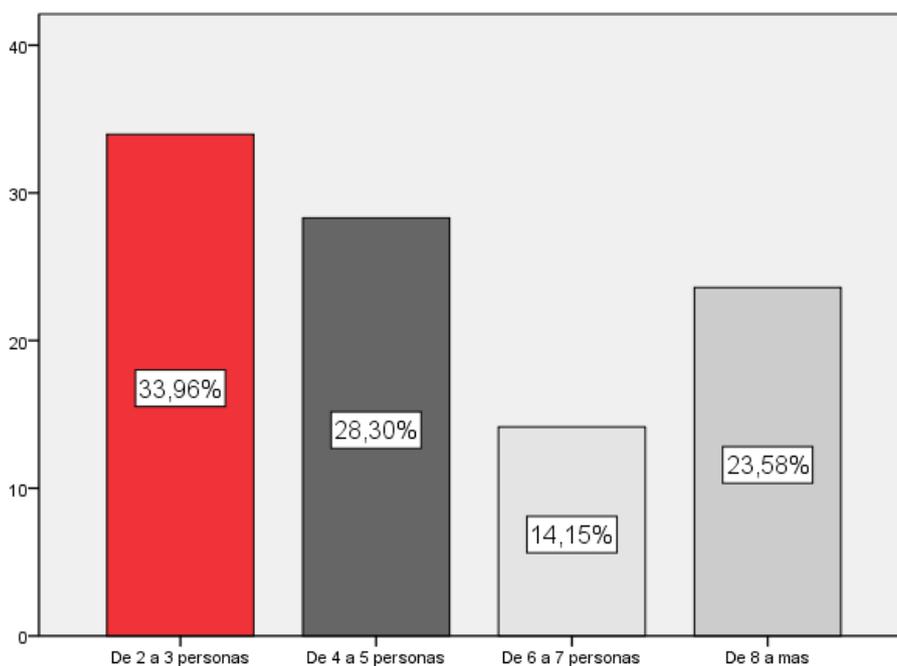
Interpretación:

De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó la frecuencia de capacitación al personal de su restaurante, el 39.62% de la población encuestada respondió que siempre capacita a su personal, mientras que el 9.43% respondió que nunca capacita a su personal.

Tabla N° 17 ¿Cuántas personas trabajan en la cocina de su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 2 a 3 personas	36	34,0	34,0	34,0
	De 4 a 5 personas	30	28,3	28,3	62,3
	De 6 a 7 personas	15	14,2	14,2	76,4
	De 8 a mas	25	23,6	23,6	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 17 ¿Cuántas personas trabajan en la cocina de su restaurante?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

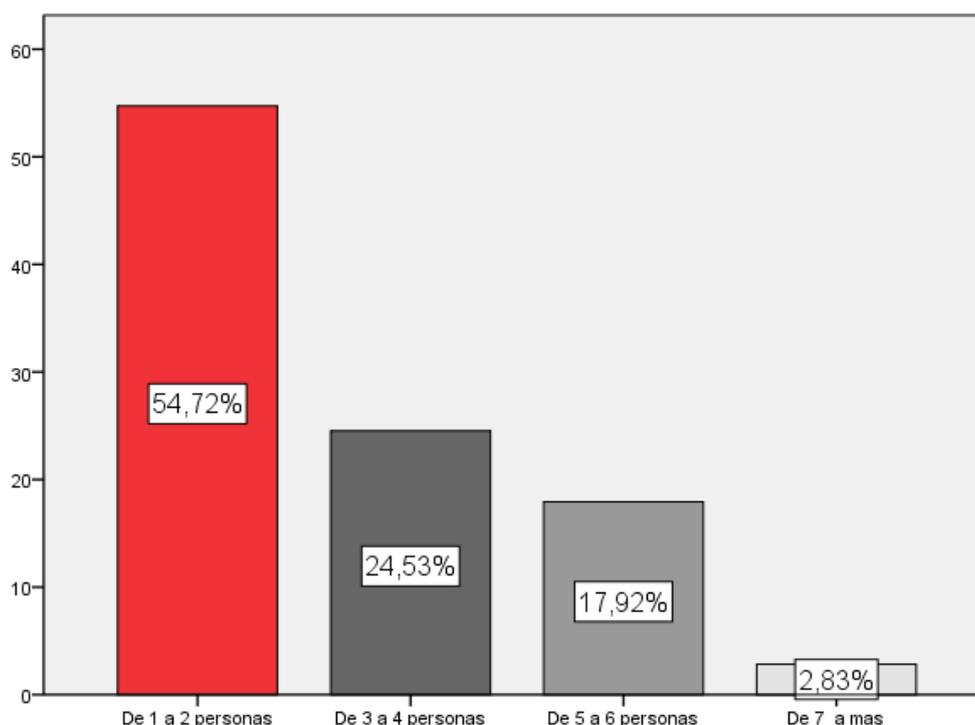
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó la cantidad de personas que trabajan en su restaurante, el 33,96% de la población encuestada respondió que trabajan de 2 a 3 personas, mientras que el 14,15% respondió que de 6 a 7 personas laboran en su establecimiento.

Tabla N° 18 ¿Cuántas personas trabajan en la recepción y caja de su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2 personas	58	54,7	54,7	54,7
	De 3 a 4 personas	26	24,5	24,5	79,2
	De 5 a 6 personas	19	17,9	17,9	97,2
	De 7 a mas	3	2,8	2,8	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 18 ¿Cuántas personas trabajan en la recepción y caja de su restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

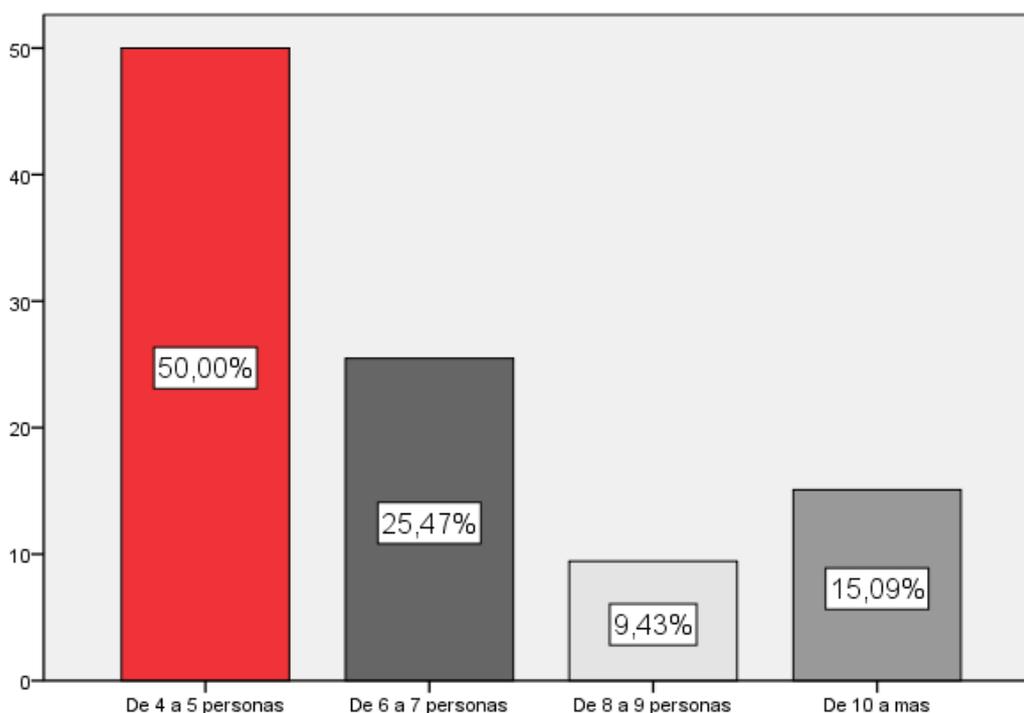
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó la cantidad de personas que trabajan en la recepción y caja de su restaurante, el 54.72% de la población encuestada respondió que trabajan de 1 a 2 personas, mientras que el 2.83% respondió que de 7 a más personas laboran en las áreas de recepción y caja.

Tabla N° 19 ¿Cuántas personas trabajan en la atención al cliente (mozos) de su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 4 a 5 personas	53	50,0	50,0	50,0
	De 6 a 7 personas	27	25,5	25,5	75,5
	De 8 a 9 personas	10	9,4	9,4	84,9
	De 10 a mas	16	15,1	15,1	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 19 ¿Cuántas personas trabajan en la atención al cliente (mozos) de su restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

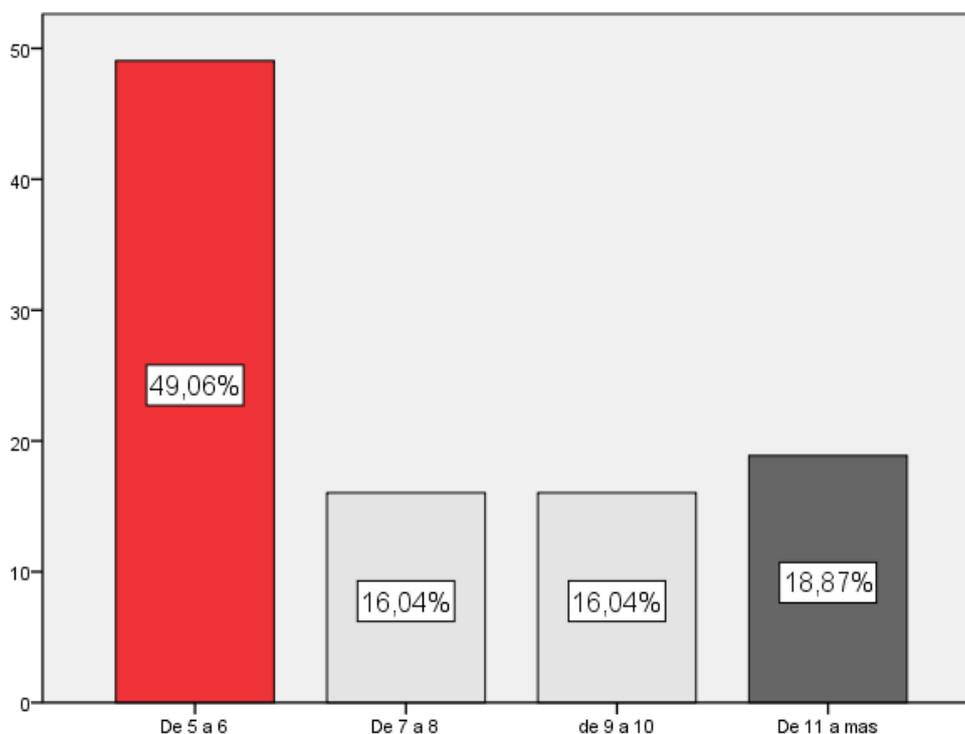
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó la cantidad de personas que trabajan en la atención al cliente de su restaurante, el 50.00% de la población encuestada respondió que trabajan de 4 a 5 personas, mientras que el 9.43% respondió que de 8 a 9 personas laboran en la atención al cliente.

Tabla N° 20 ¿De cuantas mesas dispone su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 5 a 6	52	49,1	49,1	49,1
	De 7 a 8	17	16,0	16,0	65,1
	de 9 a 10	17	16,0	16,0	81,1
	De 11 a mas	20	18,9	18,9	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 20 ¿De cuantas mesas dispone su restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

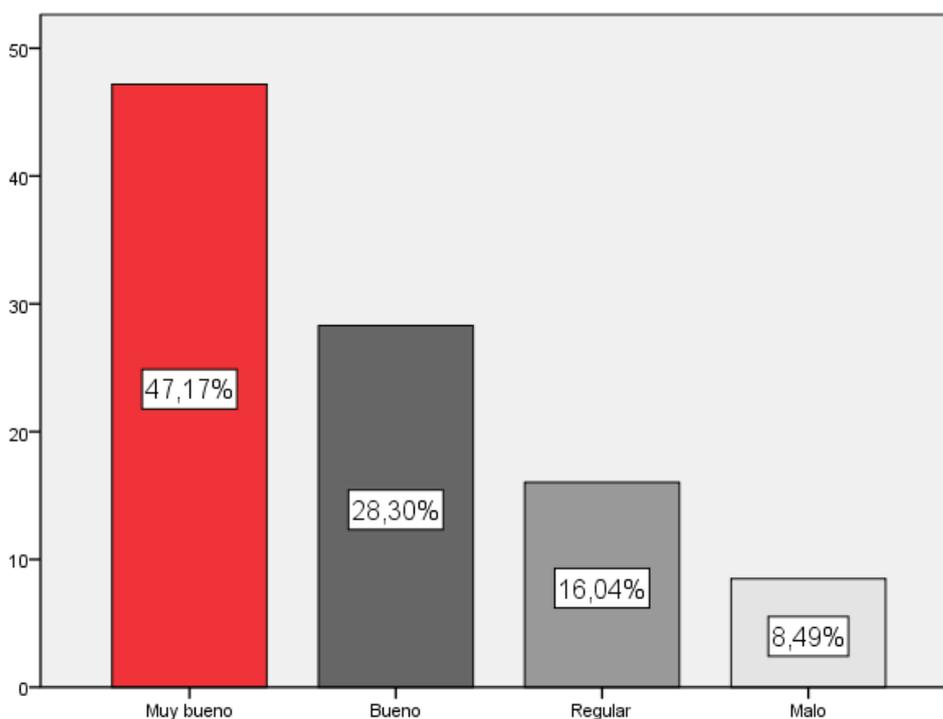
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó la cantidad de mesas dispone su restaurante, el 49.06% de la población encuestada respondió que disponen de 5 a 6 mesas, mientras que el 16.04% respondió que disponen de 9 a 10 mesas en su restaurante.

Tabla N° 21 ¿Usted cómo califica el desempeño sus trabajadores de su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	50	47,2	47,2	47,2
	Bueno	30	28,3	28,3	75,5
	Regular	17	16,0	16,0	91,5
	Malo	9	8,5	8,5	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 21 ¿Usted cómo califica el desempeño sus trabajadores de su restaurante?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

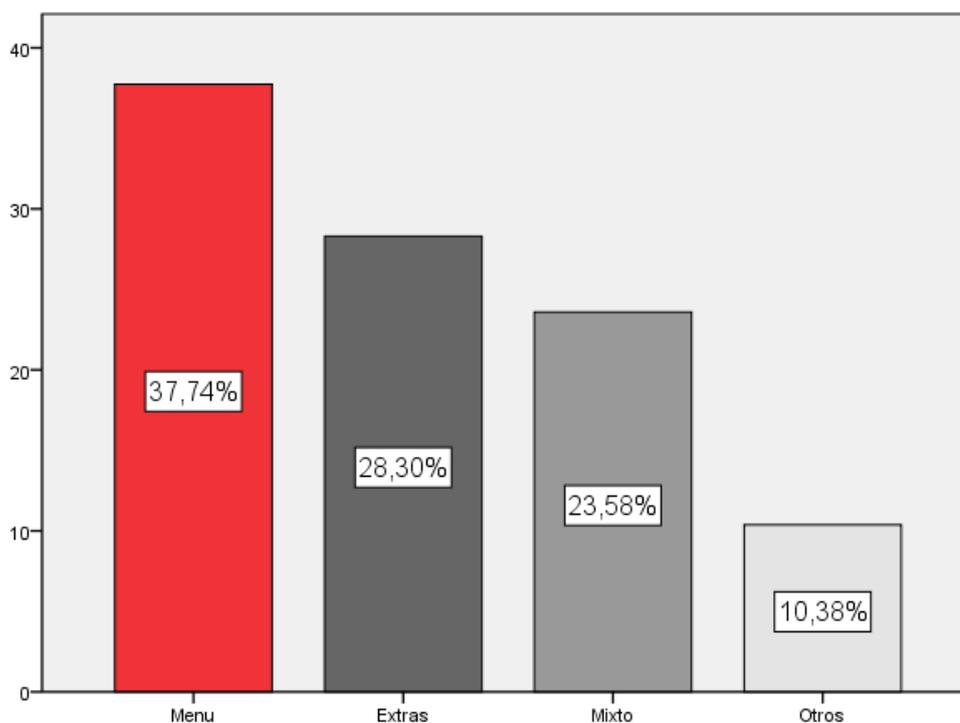
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se calificó el desempeño de los trabajadores del restaurante, el 49.06% de la población encuestada respondió que disponen de 5 a 6 mesas, mientras que el 16.04% respondió que disponen de 9 a 10 mesas en su restaurante.

Tabla N° 22 ¿En su restaurante que tipo de plato prepara usualmente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menú	40	37,7	37,7	37,7
	Extras	30	28,3	28,3	66,0
	Mixto	25	23,6	23,6	89,6
	Otros	11	10,4	10,4	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 22 ¿En su restaurante que tipo de plato prepara usualmente?



Fuente: Elaboración Propia

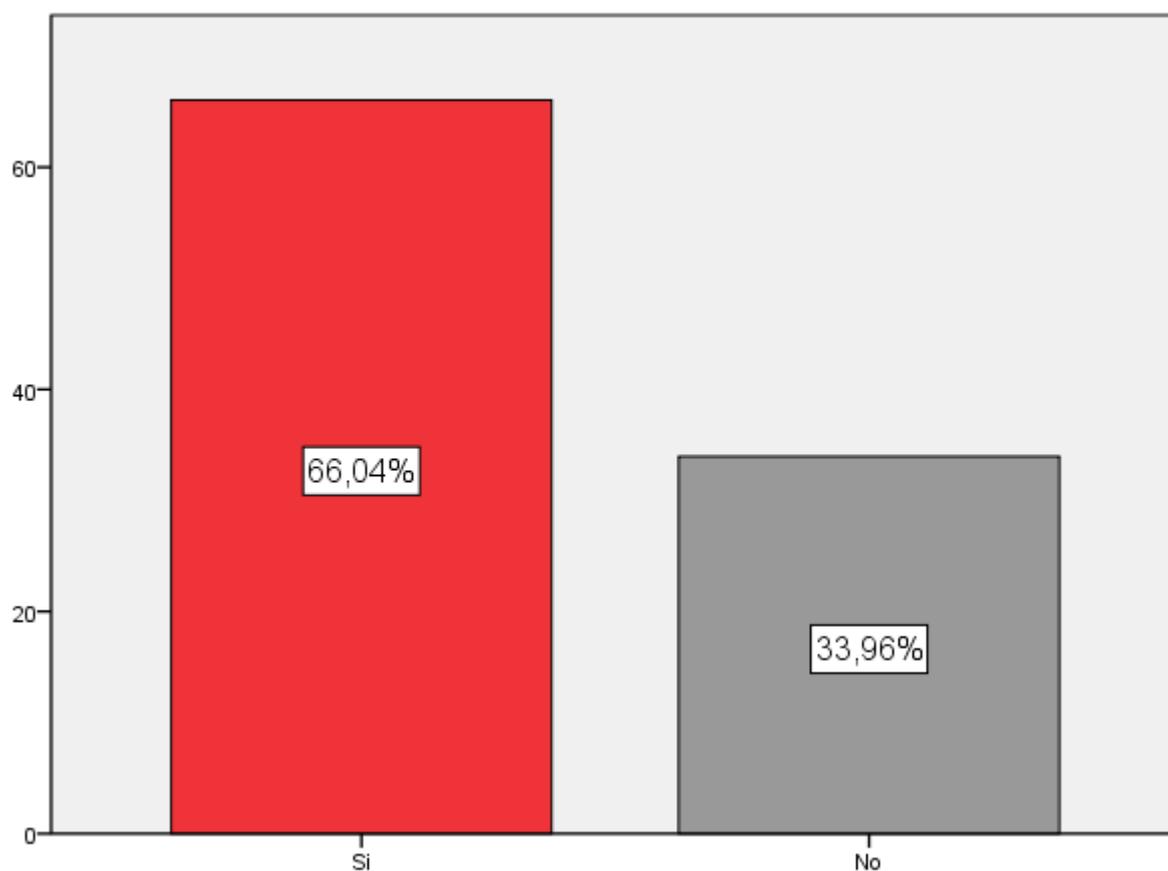
Interpretación:

De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó el tipo de plato que prepara usualmente, el 37.74% de la población encuestada respondió que prepara menú, mientras que el 10.38% respondió que prepara otros platos en su restaurante.

Tabla N° 23 ¿Usted alguna vez preparo comida selvática?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	70	66,0	66,0	66,0
	No	36	34,0	34,0	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 23 ¿Usted alguna vez preparo comida selvática?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

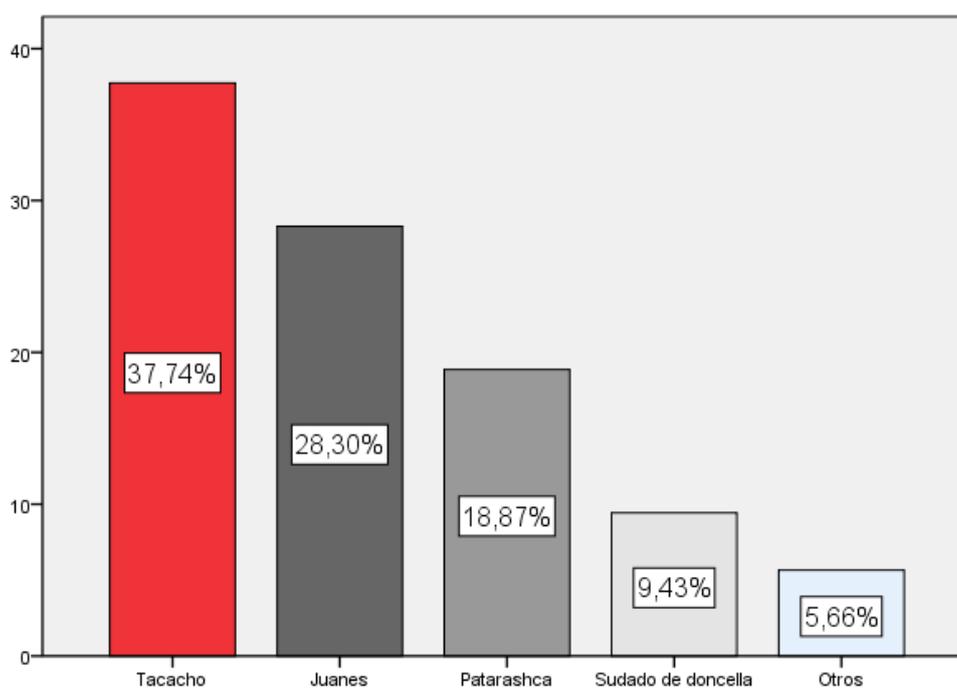
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó si alguna vez se preparó comida selvática en su restaurante, el 66.04% de la población encuestada respondió que, si preparo alguna vez comida selvática, mientras que el 33.96% respondió que no preparo platos selváticos.

Tabla N° 24 ¿Si prepararía platos de comida selvática, que platos estaría dispuesto a promocionar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Tacacho	40	37,7	37,7	37,7
Juanes	30	28,3	28,3	66,0
Patarashca	20	18,9	18,9	84,9
Sudado de doncella	10	9,4	9,4	94,3
Otros	6	5,7	5,7	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 24 ¿Si prepararía platos de comida selvática, que platos estaría dispuesto a promocionar?



Fuente: Elaboración Propia

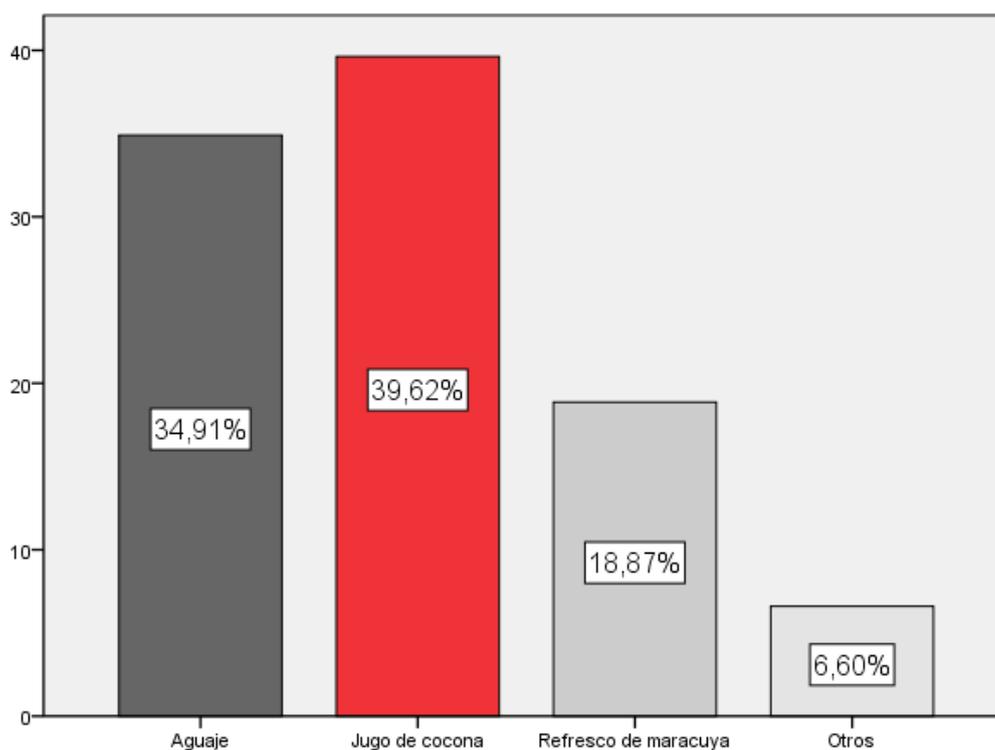
Interpretación:

De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó que plato de comida selvática estaría dispuesto a promocionar en su restaurante, el 37.74% de la población encuestada respondió que tacacho, mientras que el 5.6% respondió que prepararía otros platos selváticos.

Tabla N° 25 ¿Usted qué tipo de refresco selvático ofrecería en su restaurante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aguaje	37	34,9	34,9	34,9
	Jugo de cocona	42	39,6	39,6	74,5
	Refresco de maracuyá	20	18,9	18,9	93,4
	Otros	7	6,6	6,6	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 25 ¿Usted qué tipo de refresco selvático ofrecería en su restaurante?

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

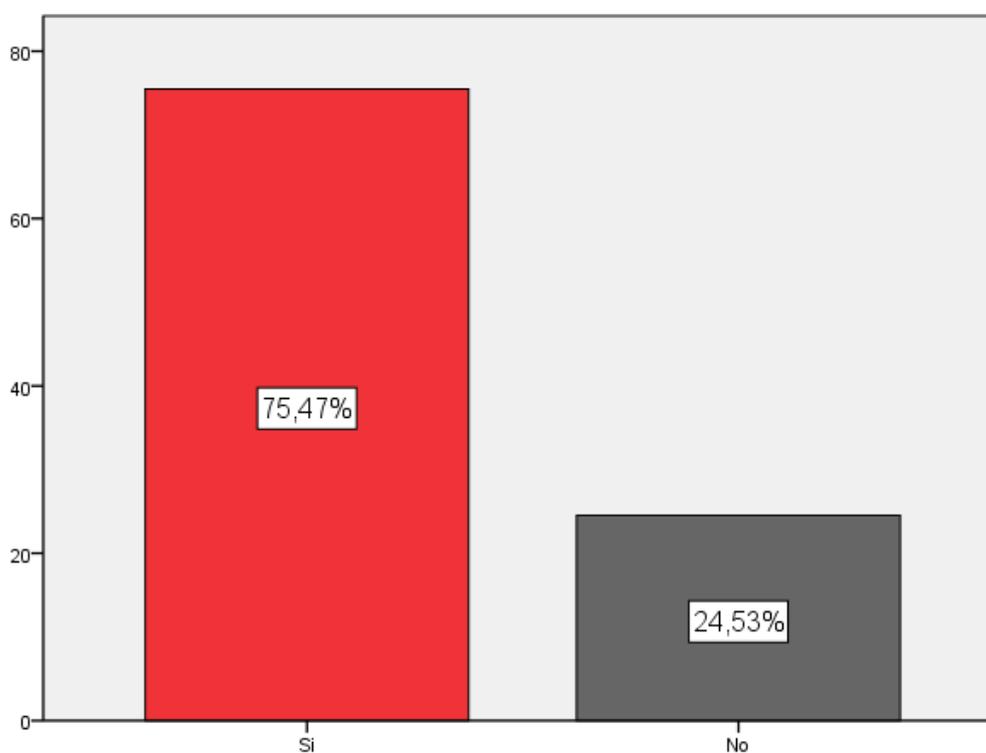
De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó el refresco selvático estaría dispuesto a promocionar en su restaurante, el 39.62% de la población encuestada respondió que jugo de cocona ya que es la mas conocida, mientras que el 6.60% respondió que promocionaría otros refrescos.

Tabla N° 26 ¿Usted cree que la preparación de comida selvática sería rentable?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	80	75,5	75,5	75,5
	No	26	24,5	24,5	100,0
	Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 26 ¿Usted cree que la preparación de comida selvática sería rentable?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

De los datos obtenidos en la presente investigación, en la figura se determinó que si la preparación de la comida selvática es rentable, el 75.47% de la población encuestada respondió que sí sería rentable la preparación de comida selvática en su restaurante, mientras que el 24.53% respondió que no sería rentable la preparación de comida selvática en su restaurante.

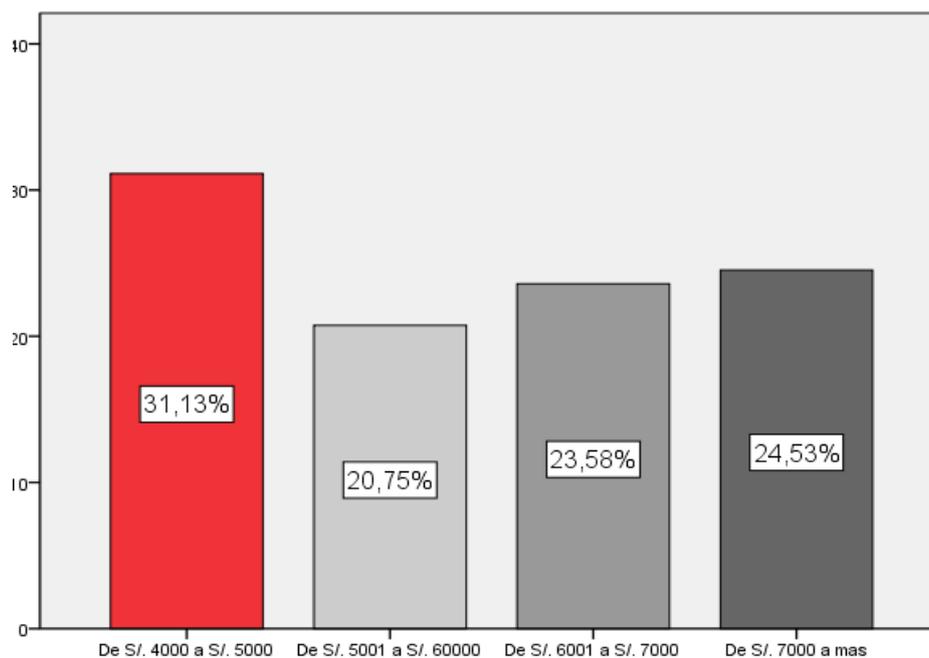
Factibilidad Económica

Tabla N° 27 ¿Cuánto presupuesto se requiere para cubrir con los gastos del personal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De S/. 4000 a S/. 5000	33	31,1	31,1	31,1
De S/. 5001 a S/. 60000	22	20,8	20,8	51,9
De S/. 6001 a S/. 7000	25	23,6	23,6	75,5
De S/. 7000 a mas	26	24,5	24,5	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico N° 27 ¿Cuánto presupuesto se requiere para cubrir con los gastos del personal?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

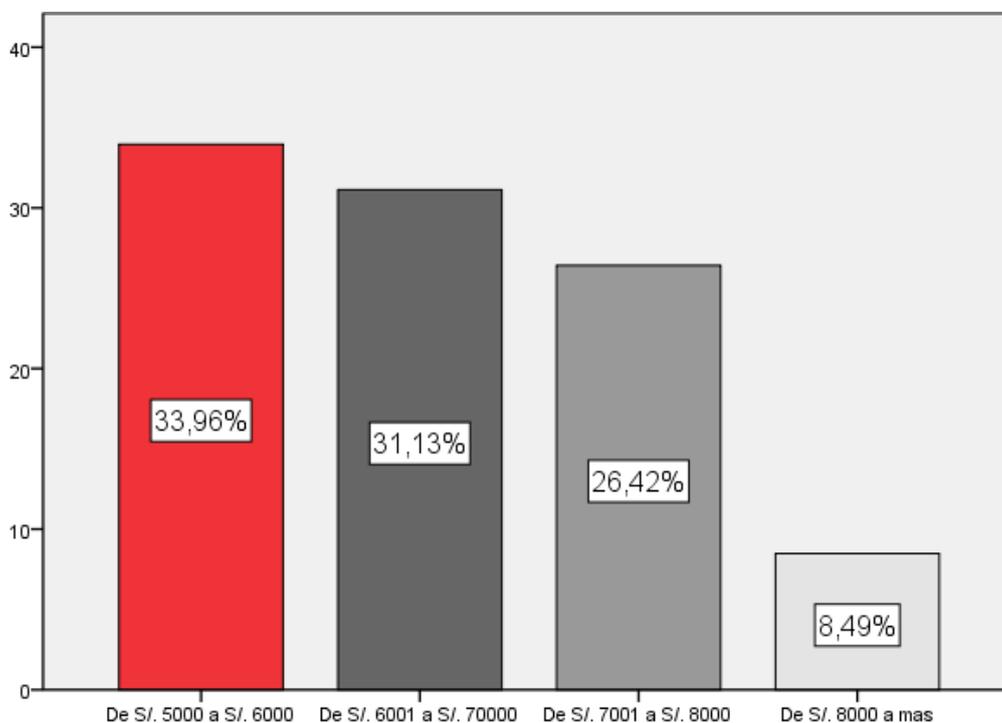
De los datos obtenidos en la presente investigación, se determinó que el 31.13% de restaurantes cubre los gastos de su personal con S/.4000 a S/. 5000 de inversión, mientras el 20.75% solo cubre con una cantidad de S/. 5001 a S/. 60000 en los gastos que requiere su personal.

Tabla N° 28 ¿Cuánto presupuesto se requiere para cubrir con los gastos de los materiales para el restaurante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De S/. 5000 a S/. 6000	36	34,0	34,0	34,0
De S/. 6001 a S/. 70000	33	31,1	31,1	65,1
De S/. 7001 a S/. 8000	28	26,4	26,4	91,5
De S/. 8000 a mas	9	8,5	8,5	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Grafico N° 28 ¿Cuánto presupuesto se requiere para cubrir con los gastos de los materiales para el restaurante?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

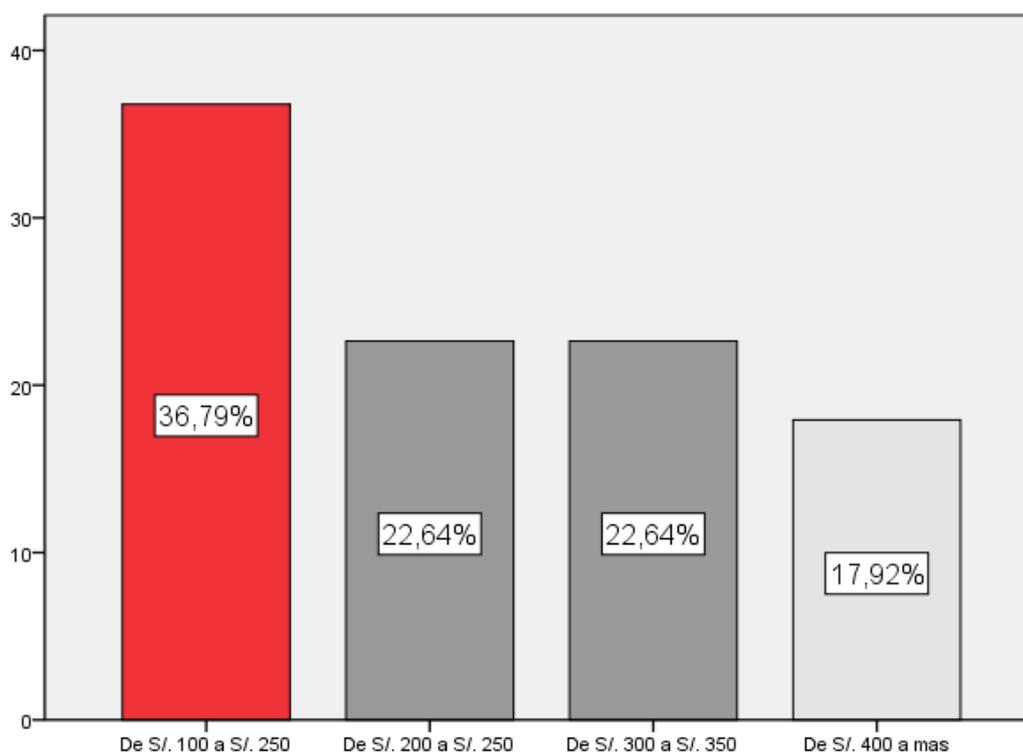
De los datos obtenidos en la presente investigación, se determinó que el 33,96% necesita un presupuesto de S/.5000 a S/.6000 para cubrir los gastos de los materiales de su restaurante, mientras que el 8,49% de restaurantes invierte S/.8000 a más para los gastos de su restaurante.

Tabla N° 29 ¿Cuánto presupuesto se requiere para los uniformes de sus trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De S/. 100 a S/. 250	39	36,8	36,8	36,8
De S/. 200 a S/. 250	24	22,6	22,6	59,4
De S/. 300 a S/. 350	24	22,6	22,6	82,1
De S/. 400 a mas	19	17,9	17,9	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 29 ¿Cuánto presupuesto se requiere para los uniformes de sus trabajadores?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

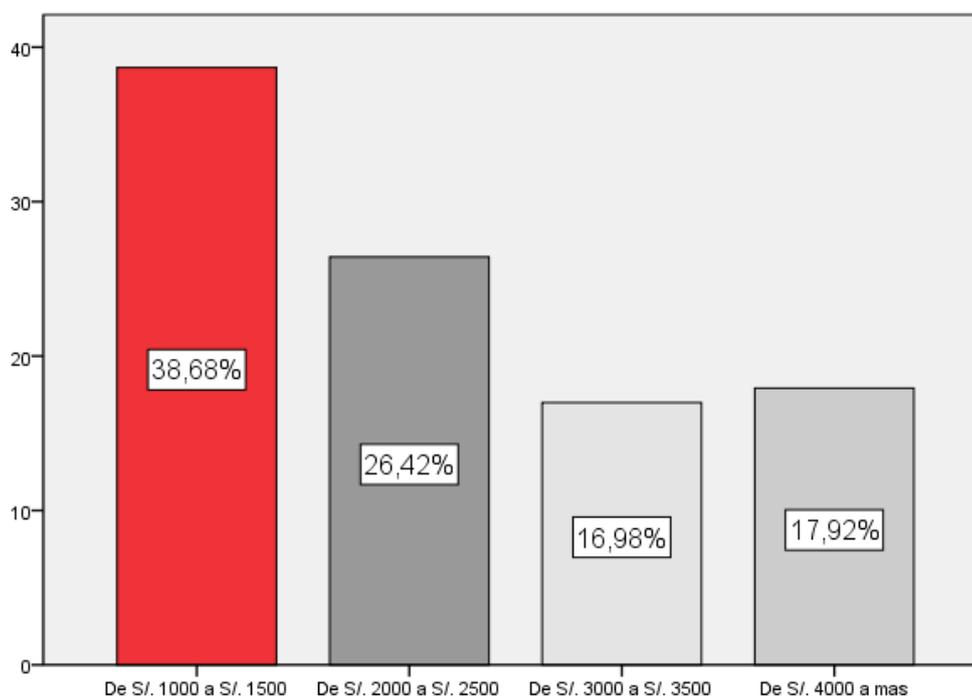
De los datos obtenidos en la presente investigación, se determina que el 36,79% de restaurantes tiene como presupuesto de S/.100 a S/.250 para la confección del uniforme de sus empleados, mientras que el 17,92% cubre con un monto de S/.400 a más para la confección de sus uniformes para sus empleados.

Tabla N° 30 ¿Cuánto presupuesto se requiere para realizar los acabados en el ambiente del restaurante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De S/. 100 a S/. 250	39	36,8	36,8	36,8
De S/. 200 a S/. 250	24	22,6	22,6	59,4
De S/. 300 a S/. 350	24	22,6	22,6	82,1
De S/. 400 a mas	19	17,9	17,9	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Grafico N° 30 ¿Cuánto presupuesto se requiere para realizar los acabados en el ambiente del restaurante?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

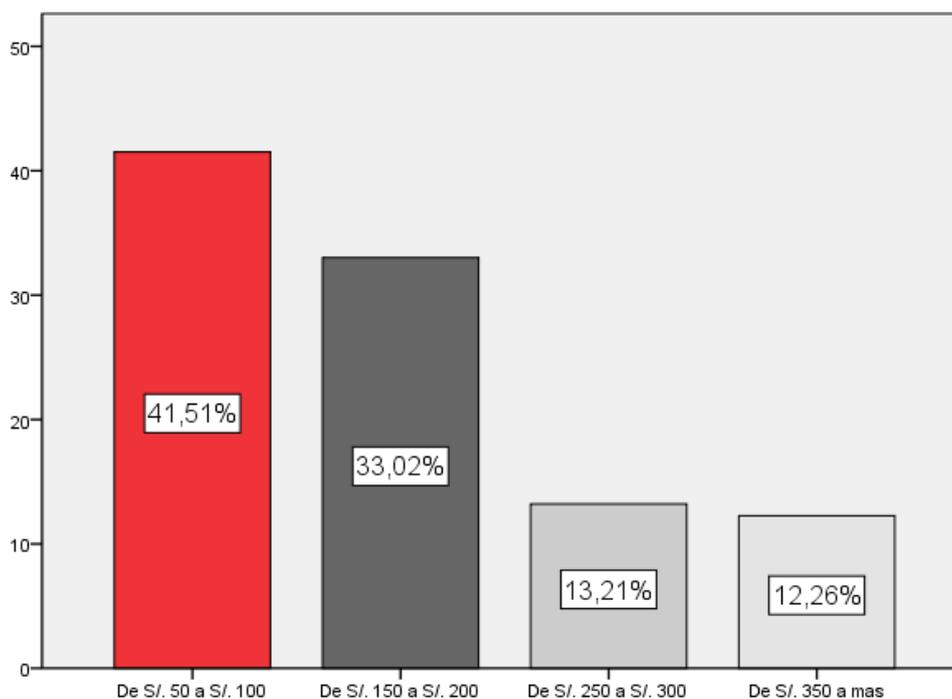
De los datos obtenidos en la presente investigación, se determina que el 38,68% de restaurantes necesitan un presupuesto de S/.1000 a S/.1500 para la elaboración de los uniformes de sus trabajadores, mientras que el 16,98% necesita un presupuesto de S/.4000 a más para las confecciones de los uniformes de sus trabajadores.

Tabla N° 31 ¿Mensualmente cuánto gasta para por los servicios básicos (electricidad)?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De S/. 50 a S/. 100	44	41,5	41,5	41,5
De S/. 150 a S/. 200	35	33,0	33,0	74,5
De S/. 250 a S/. 300	14	13,2	13,2	87,7
De S/. 350 a mas	13	12,3	12,3	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 31 ¿Mensualmente cuánto gasta para por los servicios básicos (electricidad)?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

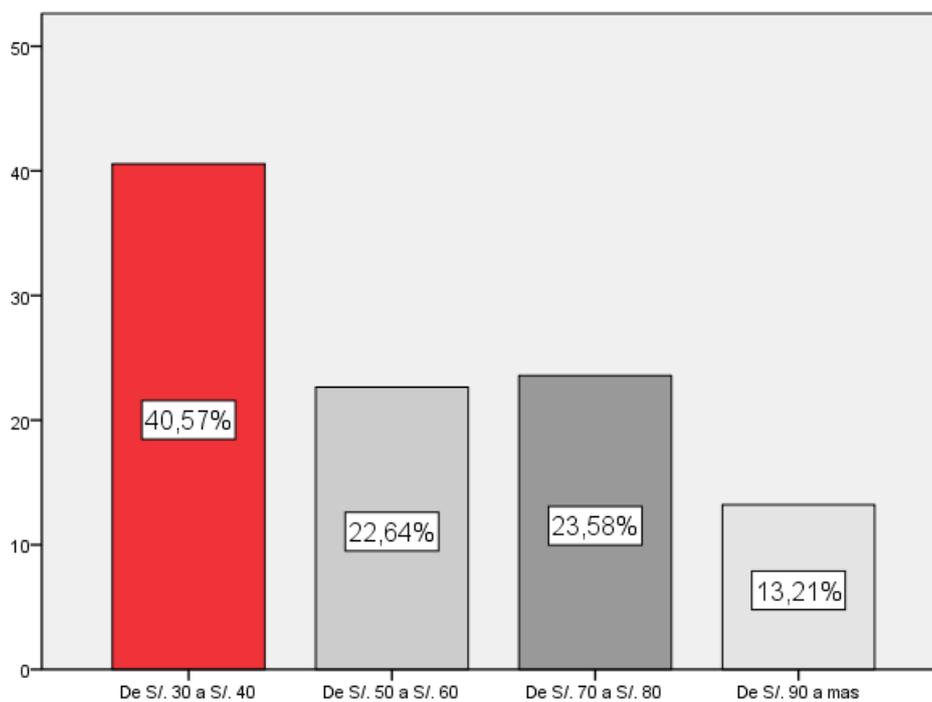
De los datos obtenidos de la presente investigación, se determina que el 41,51% de gasto mensual de electricidad en el restaurante es de S/.50 a S/.100 para todos los servicios básicos incluidos la electricidad, mientras que el 12,26% gasta un promedio de S/.350 a más en gastos de todos los servicios de electricidad.

Tabla N° 32 ¿Mensualmente cuánto gasta para por los servicios básicos (agua/desagüe)?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De S/. 30 a S/. 40	43	40,6	40,6	40,6
De S/. 50 a S/. 60	24	22,6	22,6	63,2
De S/. 70 a S/. 80	25	23,6	23,6	86,8
De S/. 90 a mas	14	13,2	13,2	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboracion propia

Grafico N° 32¿Mensualmente cuánto gasta para por los servicios básicos (agua/desagüe)?



Fuente: Elaboración propia.

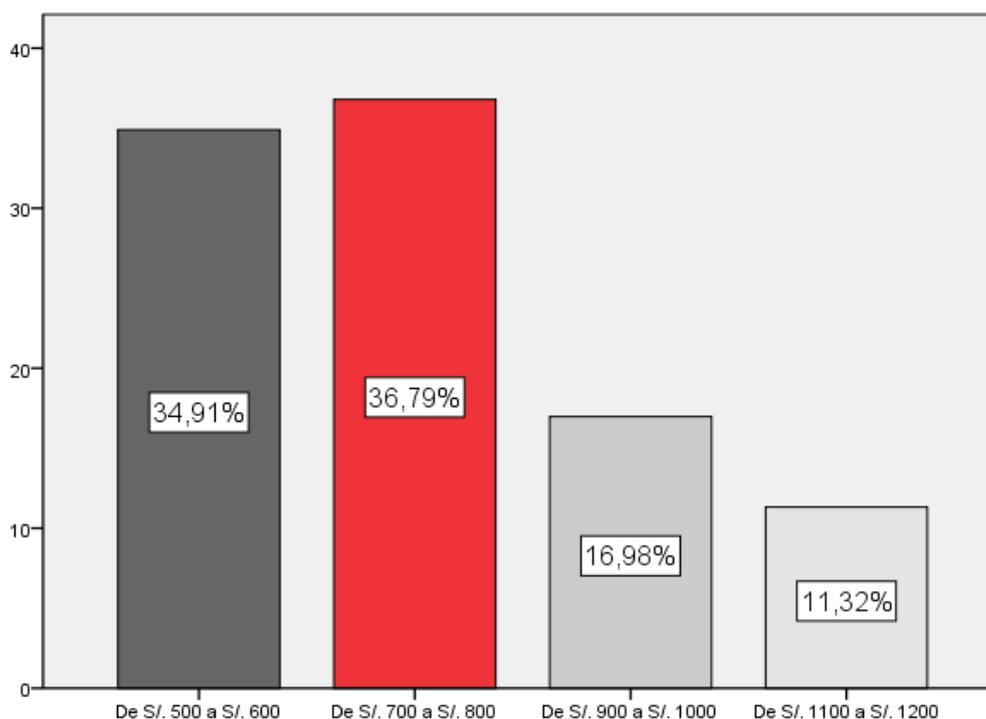
Interpretación:

De los datos obtenidos en la presente investigación, se determina que el 40,57% de restaurantes gasta un promedio de S/30 a S/40 en los servicios de agua/desagüe, mientras que el 13,21% gasta un promedio de S/.90 a más en servicios de agua/desagüe.

Tabla N° 33 ¿Mensualmente cuánto gasta para por los insumos de su restaurante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De S/. 500 a S/. 600	37	34,9	34,9	34,9
De S/. 700 a S/. 800	39	36,8	36,8	71,7
De S/. 900 a S/. 1000	18	17,0	17,0	88,7
De S/. 1100 a S/. 1200	12	11,3	11,3	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 33 ¿Mensualmente cuánto gasta para por los insumos de su restaurante?

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

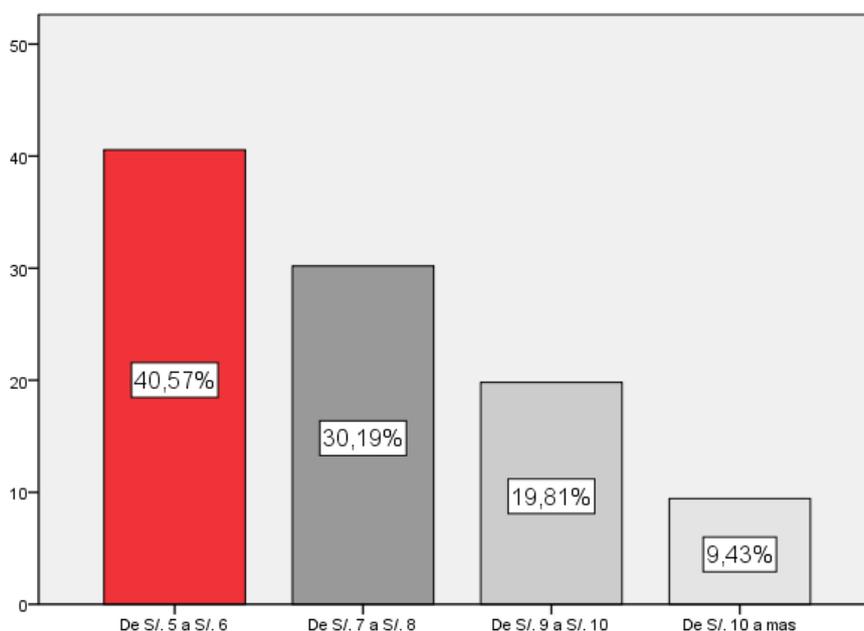
De los datos obtenidos en la presente investigación, se determinó que el 36,79% de restaurantes gasta en insumos un promedio de S/.700 a S/.800, mientras que el 11,32% de restaurantes gasta un promedio de S/.1100 a S/.1200 en insumos para sus restaurantes.

Tabla N° 34 ¿Usted a cuanto vende los menús en su restaurante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De S/. 5 a S/. 6	43	40,6	40,6	40,6
De S/. 7 a S/. 8	32	30,2	30,2	70,8
De S/. 9 a S/. 10	21	19,8	19,8	90,6
De S/. 10 a mas	10	9,4	9,4	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia.

Grafico N° 34 ¿Usted a cuanto vende los menús en su restaurante?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

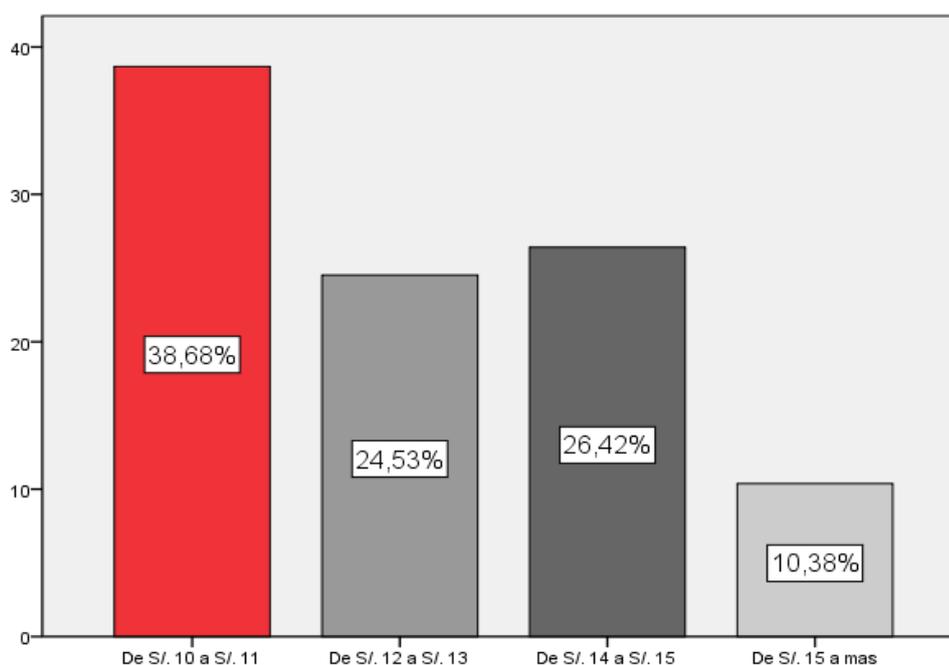
De los datos obtenidos en la presente investigación, se determinó que el 40,57% ofrece sus menús a un precio de S/5 a S/6; mientras que el 9,43% de restaurantes que cobre un promedio de S/10 a más por menú.

Tabla N° 35 ¿Usted a cuanto vende los extras en su restaurante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De S/. 10 a S/. 11	41	38,7	38,7	38,7
De S/. 12 a S/. 13	26	24,5	24,5	63,2
De S/. 14 a S/. 15	28	26,4	26,4	89,6
De S/. 15 a mas	11	10,4	10,4	100,0
Total	106	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Grafico N° 35 ¿Usted cuanto a cuanto vende los menús en su restaurante?



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De los datos obtenidos en la presente investigación, se determinó que el 38,68% cobra por extra un promedio de S/.10 a S/.11 por cada plato extra que esta exhibido en la carta de presentación, mientras que el 10,38% cobra por extra de S/.15 a más por plata extra.

CAPITULO V: DISCUSIÓN

1. De los datos obtenidos en la presente investigación se observó que el mayor porcentaje de los encuestados dueños de los restaurantes es de género masculino representando el 66,04%, con una edad promedio de 20 años y el nivel de estudios es primario con un 30,19% los cuales afirmaron que es necesaria un previo estudio para evaluar el presupuesto para la apertura de un restaurante. Por otro lado, si comparamos con los datos obtenidos en la investigación de Isabel Montalvo Castro, intitulada PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL ITALIANA, se observó que la mayoría de los encuestados son de género masculino, con una edad promedio de 25 años y un nivel de estudios secundarios y técnicos. Por lo tanto, podemos decir que en ambos trabajos de investigación los encuestados fueron similares, esto porque la mayoría de los encuestados dueños de restaurantes aconsejan realizar un previo estudio para establecer las necesidades y el presupuesto para la apertura de un restaurante.
2. De los datos obtenidos en la presente investigación se observó que el presupuesto económico necesario para la apertura de un restaurante es en promedio de 60000 nuevos soles, esto comprende los gastos para los recursos humanos y materiales, también se considera que la ubicación es muy importante para el desarrollo adecuado del restaurante, así mismo según a los datos obtenidos se considera que el ambiente esto comprende los servicios como atención e imagen, por otro lado la decoración contribuye para atraer a posibles clientes. Si comparamos con los datos obtenidos en la investigación de Isabel Montalvo Castro, intitulada PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL ITALIANA, se observó que para realizar la apertura de un restaurante el presupuesto mínimo es de 20000 dólares, equivalentes a los casi 70000 soles, esto mediante un previo estudio de presupuestos, así mismo para el desarrollo adecuado es importante la calidad de servicio, el ambiente, la decoración y la ubicación del restaurante para atraer a la clientela. Por lo tanto, se puede decir que al momento de querer abrir un restaurante es necesario tomar en cuenta los requisitos mencionados.

3. De los datos obtenidos en la presente investigación se observó que el tipo de comida mayormente preparadas son tradicionales y mixtas, esto se debe a las preferencias de los clientes que consumen en el restaurante de los encuestados, la rapidez de servicio y su calidad también es importante para los clientes, para poder solventar con los clientes es necesario un personal capacitado y un número bien definido, así como la disposición de las mesas. Si comparamos con los datos obtenidos en la investigación de Isabel Montalvo Castro, intitulada ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE GOURMET ESPECIALIZADO EN PARRILLAS CON CARNE IMPORTADA DE ESTADOS UNIDOS, CERTIFIED ANGUS BEEF, se observó que para la implementación de un restaurante es necesario realizar un previo estudio para determinar en número de los trabajadores dentro del local, identificar el tipo de comida rentable según a los gustos de los clientes, así como establecer los precio de los platos y que tipo de platos proponer. Se puede decir que en ambas investigaciones es necesario realizar un previo estudio para el presupuesto del personal así como de los recursos materiales.

CONCLUSIONES

PRIMERA: En el presente trabajo de investigación el estudio de factibilidad técnica, económica, operativa para la creación de un restaurante de comida selvática contribuye a la implementación de la misma porque se establecen los recursos materiales y económicos necesarios para poder realizar un presupuesto aproximado para poder cubrir con los gastos, así mismo establecer las áreas donde el personal pueda desempeñar su labor de manera coordinada, esto con una previa capacitación, para creación de un restaurante de comida selvática es necesario un ambiente rustico, y una ubicación a la vista de todos para poder atraer a los posibles clientes, para poder establecer los platos principales es necesario conocer las preferencias y conocimientos sobre la comida selvática.

SEGUNDA: El estudio de factibilidad técnica, económica, operativa realizada para la implementación de un restaurante de comida selvática, se segmenta en tres partes, en primer lugar la operativa donde están presentes los recursos humanos necesarios para el desarrollo de las actividades en el local el cual comprenden mozos, concierto, atención en caja y ayudantes, luego está la parte técnica donde se recopila la información referente al desarrollo de las tareas y los productos o platos que se promocionaran, así como las bebidas (refrescos) típicas de la selva y por últimos se estima el aproximado de los recursos económicos para poder cubrir con los gastos en las diferentes fases de desarrollo.

TERCERA: Por último, se determinó que para la apertura de un restaurante de comida selvática se realiza mediante un previo estudio de presupuestos y materiales necesarios, por otro lado para la preparación de los platos y bebidas es necesaria la preferencia de los posibles clientes, por este motivo se realizó una encuesta para determinar los platos mayormente y bebidas consumidas en la selva, según a los datos se especificó que los platos comúnmente preparados son Tacacho, jugo de cocona.

RECOMENDACIONES

Para poder realizar un estudio de factibilidad técnica, económica, operativa educado para la creación de un restaurante de comida selvática, se requiere de un experto en mercado alimentario para poder determinar cuáles son el tipo de platos selváticos mayormente consumidos, esto para contribuir con la reaparición de los platos y la satisfacción de los clientes, por otra parte determinar de manera más exacta el presupuesto necesario para poder cubrir con los recursos materiales y humanos en el restaurante.

Para el desarrollo adecuado de un estudio de factibilidad técnica, económica y operativa se requiere de un análisis sobre las necesidades y objetivos del dueño de un restaurante, específicamente de un restaurante de comida selvática, esto porque las necesidades son puntuales, es decir se necesita de un ambiente adecuado, una decoración que vaya con la preparación de los platos y las bebidas típicos de la selva, por otro lado determinar el tipo de clientela a la que va dirigida porque según a los datos obtenidos no todos prefieren la comida selvática, esto por desconocimiento de la comida.

Para que la apertura y un desarrollo sustentable del restaurante de comida selvática sea eficaz es necesario como se mencionó un previo estudio de los presupuestos y los materiales necesarios, por otro lado, también es necesario un contacto directo con los dueños de restaurantes similares para poder observar y deducir las necesidades principales de los clientes que prefieren la comida selvática.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Alcántara, A. E. (1 de noviembre de 2013). *monografias.com*. Recuperado el 10 de enero de 2018, de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos10/rega/rega.shtml>
- Andrews, S. (2007). *Origins of the Food Service Industry*. McGraw Hill.
- Anzil, F. (30 de Noviembre de 2017). *zonaeconomica*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Arteaga, L. R. (24 de noviembre de 2015). *scrib.com*. Recuperado el 10 de enero de 2018, de scrib.com: <https://es.scribd.com/document/291006783/Planificacion-Del-Proyecto>
- Blanco, K. (2007). *Factibilidad Economica*. McGraw Hill.
- Blank L., T. A. (1999). *Ingeniería Económica*. Colombia: Mc. Graw Hill.
- Cardenas, V. A. (5 de Mayo de 2011). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* Obtenido de <http://vilmaalvarado.blogspot.pe/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>
- Escobar-Pérez, J. y.-M. (2008). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización*.
- Estrada, F. (8 de diciembre de 2014). *conocimientos.net*. Recuperado el 10 de enero de 2018, de conocimientos.net: <http://www.conocimientosweb.net/portal/article2216.html>
- Hernandez, E. (2012). *Factibilidad*. Colombia: SE.
- HERNÁNDEZ, R. F. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: Mc GrawHill.
- Horacio Capel Sáez, L. U. (1982). *Las nuevas geografías*.
- Kendall, y. K. (1997). *Factibilidad Técnica*. Mexico: McGraw Hill.
- Kendall, y. K. (2005). *Factibilidad Operativa*. McGraw Hill.
- Lavanda, D. (2005). *Evaluación Económica y Financiera del Proyecto*.
- Lopez, M. V. (2016). *Teoría de la factibilidad*. España: SE.
- Merino, J. P. (07 de Abril de 2009). *definicion.com*. Recuperado el 10 de enero de 2018, de definicion.com: <https://definicion.de/socio/>
- Merino, J. P. (23 de noviembre de 2009). *definicion.com*. Recuperado el 10 de enero de 2018, de definicion.com: <https://definicion.de/personal/>
- Merino, J. P. (12 de marzo de 2010). *definicion.com*. Recuperado el 10 de enero de 2018, de definicion.com: <https://definicion.de/experiencia/>

- Navarro Dino, P. (2017). *Teoría de la Factibilidad*.
- Planeta, C. (03 de Enero de 2017). *trabajo.com*. Obtenido de http://www.trabajo.com.mx/creacion_de_un_restaurante.htm
- Quick. (2007). «*Economic systems*». *The New Encyclopædia Britannica*,.
- Sánchez, K. (2012). *Trámite Documentario*.
- Scott, R. G. (1984). *Fundamentos del diseño*.
- Smith, A. (1990). *La riqueza de las naciones*, "Del Precio natural y de mercado de las mercancías.
- VARELA, R. (1997). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Grupo editorial Iberoamericana.
- Vasquez Olivera, S. (2012). *Definiciones. Derecho Civil*. Lima.

ANEXOS

Anexo N°1: Ficha de encuestas



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONOMICA, TECNICA, OPERATIVA PARA LA
PROPUESTA DE CREACION DE RESTAURANTES DE COMIDA TRADICIONAL
SELVATICA EN LA CIUDAD DEL CUSCO”**

Encuesta

Distinguido(a) recurro a su persona para que pueda brindarme su apoyo en responder con sinceridad y veracidad la siguiente encuesta que tiene por finalidad recoger la información sobre: Estudio De Factibilidad Economica, Tecnica, Operativa Para La Propuesta De Creacion De Restaurantes De Comida Tradicional Selvatica En La Ciudad Del Cusco. Utilice el tiempo necesario. La encuesta es individual. Muchísimas gracias por su colaboración valiosa.

DUEÑOS DE RESTAURANTES

Operativa

1. ¿Cuánto de presupuesto se necesita para abrir un restaurante (aproximado)?
 - a. De S/. 50000 a S/. 55000
 - b. De S/. 60000 a S/. 65000
 - c. De S/. 70000 a S/. 75000
 - d. De S/. 80000 a mas
2. ¿Usted cree que la ubicación es importante para un restaurante de comida selvática?
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Usted como considera la implementación para un restaurante de comida selvática?
 - a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Regular
 - d. Sin importancia

4. ¿Usted considera que el ambiente del restaurante de comida selvática es importante para atraer a los clientes?
 - a. Muy de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Desacuerdo
 - d. Muy en desacuerdo

5. ¿Usted considera que la calidad de servicio es importante para la satisfacción de los clientes?
 - a. Muy de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Desacuerdo
 - d. Muy en desacuerdo

6. ¿Usted considera que los trámites para los permisos son importantes para la apertura de un restaurante?
 - a. Si
 - b. No

7. ¿Usted realizó un análisis presupuestal para los implementos para el restaurante?
 - a. Si
 - b. No

8. ¿Cuánto de presupuesto se requiere para la implementación de la cocina de un restaurante?
 - a. De S/. 5000 a S/. 6000
 - b. De S/. 7000 a S/. 8000
 - c. De S/. 9000 a S/. 10000
 - d. De S/. 20000 a mas

9. ¿El personal de su restaurante dispone con un uniforme representativo?
 - a. Si
 - b. No

10. ¿Qué tipo de decoración tiene el ambiente del restaurante?
 - a. Tradicional
 - b. Rustico
 - c. Moderno
 - d. Otros

11. ¿Según a la experiencia con restaurantes, la implementación de un restaurante de comida selvática necesitaría de un ambiente grande?
 - a. Si

- b. No
12. ¿De qué manera adquiere sus insumos para su restaurante?
- a. Proveedores
 - b. Mercados
 - c. Otros

Técnica

13. ¿Qué tipo de comida se prepara en su restaurante?
- a. Tradicional
 - b. Extranjera
 - c. Local
 - d. Mixta
 - e. Otros
14. ¿Usted considera que la imagen de los empleados tiene que estar relacionado con el ambiente del restaurante?
- a. Muy de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Desacuerdo
 - d. Muy en desacuerdo
15. ¿Usted cree que la rapidez de la atención influye en la calidad del servicio del restaurante?
- a. Si
 - b. No
16. ¿Usted con qué frecuencia capacita al personal de su restaurante?
- a. Siempre
 - b. Casi
 - c. A veces
 - d. Nunca
17. ¿Cuántas personas trabajas en la cocina de su restaurante?
- a. De 2 a 3 personas
 - b. De 4 a 5 personas
 - c. De 6 a 7 personas
 - d. De 8 a mas
18. ¿Cuántas personas trabajas en la recepción y caja de su restaurante?
- a. De 1 a 2 personas
 - b. De 3 a 4 personas
 - c. De 5 a 6 personas
 - d. De 7 a mas

19. ¿Cuántas personas trabajan en la atención al cliente (mozos) de su restaurante?
- De 4 a 5 personas
 - De 6 a 7 personas
 - De 8 a 9 personas
 - De 10 a mas
20. ¿De cuantas mesas dispone su restaurante?
- De 5 a 6
 - De 7 a 8
 - De 9 a 10
 - De 11 a mas
21. ¿Usted cómo califica el desempeño sus trabajadores de su restaurante?
- Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
 - Muy Malo
22. ¿En su restaurante que tipo de plato prepara usualmente?
- Menú
 - Extras
 - Mixto
 - Otros
23. ¿Usted alguna vez preparo platos de comida selvática?
- Si
 - No
24. ¿Si prepararía platos de comida selvática, que platos estaría dispuesto a promocionar?
- Tacacho
 - Juanes
 - Patarashca
 - Sudado de doncella
 - Otros
25. ¿Usted cree que la preparación de comida selvática sería rentable?
- Si
 - No

Económica

26. ¿Cuánto presupuesto se requiere para cubrir con los gastos del personal?
- De S/. 4000 a S/. 5000
 - De S/. 5001 a S/. 60000
 - De S/. 6001 a S/. 7000
 - De S/. 7000 a mas
27. ¿Cuánto presupuesto se requiere para cubrir con los gastos de los materiales para el restaurante?
- De S/. 5000 a S/. 6000
 - De S/. 6001 a S/. 70000
 - De S/. 7001 a S/. 8000
 - De S/. 8000 a mas
28. ¿Cuánto presupuesto se requiere para los uniformes de sus trabajadores?
- De S/. 100 a S/. 250
 - De S/. 200 a S/. 250
 - De S/. 300 a S/. 350
 - De S/. 400 a mas
29. ¿Cuánto presupuesto se requiere para realizar los acabados en el ambiente del restaurante?
- De S/. 1000 a S/. 1500
 - De S/. 2000 a S/. 2500
 - De S/. 3000 a S/. 3500
 - De S/. 4000 a mas
30. ¿Mensualmente cuánto gasta para por los servicios básicos (electricidad)?
- De S/. 50 a S/. 100
 - De S/. 150 a S/. 200
 - De S/. 250 a S/. 300
 - De S/. 350 a mas
31. ¿Mensualmente cuánto gasta para por los servicios básicos (agua/desague)?
- De S/. 30 a S/. 40
 - De S/. 50 a S/. 60
 - De S/. 70 a S/. 80
 - De S/. 90 a mas
32. ¿Mensualmente cuánto gasta para por los insumos de su restaurante?
- De S/. 500 a S/. 600
 - De S/. 700 a S/. 800
 - De S/. 900 a S/. 1000
 - De S/. 1100 a mas

33. ¿Usted a cuanto vende los menús en su restaurante?

- a. De S/. 5 a S/. 6
- b. De S/. 7 a S/. 8
- c. De S/. 9 a S/. 10
- d. De S/. 10 a mas

34. ¿Usted a cuanto vende los extras en su restaurante?

- a. De S/. 10 a S/. 11
- b. De S/. 12 a S/. 13
- c. De S/. 14 a S/. 15
- d. De S/. 15 a mas

35. ¿Según a la experiencia en restaurantes, a cuanto vendería los menús de comida selvática?

- a. De S/. 5 a S/. 6
- b. De S/. 7 a S/. 8
- c. De S/. 9 a S/. 10
- d. De S/. 10 a mas