



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“ PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDA JAPONESA CON ESPECIALIDAD EN SUSHI
EN LA CIUDAD DE QUITO”**

Realizado por:

DIANA CAROLINA FLORES BARBOSA

Como requisito para la obtención del título de

INGENIERA COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Quito, Septiembre 2012

DECLARATORIA

Las responsabilidades por las ideas, investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones presentadas en el presente trabajo, pertenecen exclusivamente a la Autora.

Diana Carolina Flores Barbosa

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado:

“ PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA JAPONESA CON ESPECIALIDAD EN SUSHI EN LA CIUDAD DE QUITO”

Realizado por la alumna:

DIANA CAROLINA FLORES BARBOSA

Como requisito para la obtención título de

INGENIERA COMERCIAL CON MENCIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ha sido dirigida por

MSC. IVAN MARTINEZ

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

MSC. IVAN MARTINEZ

Director

PROFESORES INFORMANTES

Despues de revisar el trabajo escrito presentado, lo han calificado como apto para su defensa oral entre el tribunal examinador.

ING. DARIO DIAZ

MSC. SANTIAGO DIAZ

DEDICATORIA

A mis padres:

Giovanni Flores por ser un hombre ejemplar, un ser maravilloso y luchador, que me ha brindado su cariño y apoyo día a día.

Lilián Barbosa una madre y mujer a quien admiro por su perseverancia en el cumplimiento de sus sueños y objetivos; por su ayuda y amor incondicional.

Quienes me han demostrado que el esfuerzo y dedicación son la clave para la consecución de mis metas futuras.

A mi hermano Daniel Flores, por estar conmigo en las buenas y en malas; por siempre apoyarme en el cumplimiento de mis objetivos y metas.

A mi familia, que con su entusiasmo y cariño me dan siempre el apoyo incondicional, sabio y oportuno.

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecer a Dios por darme la vida y por permitirme ir cumpliendo las metas que me he propuesto, pues una de ellas ha sido el culminar mis estudios universitarios, la primera etapa de mi vida.

Gracias a mis Padres Giovanni Flores y Lilián Barbosa, por brindarme su cariño, dedicación y que han sido mi inspiración de día a día para concluir mis estudios, además han constituido el pilar más importante para el cumplimiento de esta meta.

A mi hermano por su apoyo y comprensión en el tiempo que dediqué a realizar este trabajo.

A mis amigos Christian López, Valeria Robayo y Emilia Barbosa, quienes me han apoyado durante este período que me ha tomado para la culminación de este trabajo.

Mi reconocimiento para el Máster Iván Martínez, mi Director de Tesis que dedicó parte de su valioso tiempo para orientarme y compartir sus conocimientos que me llevó a la culminación de este trabajo; de igual manera para Suheir Khamis por el soporte brindado, al personal docente y autoridades del instituto por su valioso apoyo.

A mis maestros y amigos, quienes siempre me han enseñado algo, mi gratitud y reconocimiento.

DIANA CAROLINA FLORES BARBOSA

RESUMEN EJECUTIVO

La tesis que se presenta a continuación se ha desarrollado con la finalidad de estudiar y analizar la factibilidad de implementar un Restaurante de comida Japonesa, especializada en Sushi en la ciudad de Quito, para lo cual se tomó en consideración diferentes variables de tipo económico, financiero y técnico que permitan concluir si el proyecto es factible o no.

En primera instancia se definió la problemática que motivó la elaboración de este proyecto, por la existencia de pocos lugares que brinde este tipo de servicio y la creciente demanda con preferencias por la comida oriental; lo que hace que el costo sea alto y la gente no tenga otra opción que pagar por satisfacer sus necesidades.

La breve introducción que describe el proyecto y el servicio que se implementaría, a través de una idea innovadora, se lo puede percibir en el planteamiento de los objetivos generales y específicos que se resume en crear un restaurante con un servicio diferente, dirigido a la clase media alta y alta del mercado para ofrecer una oferta gastronómica de origen japonés y ser reconocida por brindar un excelente servicio al cliente.

Posteriormente se realizó el estudio de mercado con el fin de analizar la oferta y demanda del mercado establecido para el negocio, para esto se utilizó una herramienta efectiva como son las encuestas, lo que nos permitió analizar la aceptación y necesidades del mercado futuro, el tamaño que se quiere llegar a capturar, comportamiento, gustos y preferencias de los posibles consumidores. En lo que corresponde a la oferta se realizó un estudio a la competencia directa e indirecta del negocio, principalmente a tres factores importantes como el funcionamiento, participación en el mercado y el producto que ofrecen. Además se dio principal interés al plan de Marketing que se implementará en el proyecto donde se detalla el producto, plaza, promoción y precio, debido a que estos factores son la base que permitirá la participación del negocio en el mercado de servicios.

Dentro del estudio, se han considerado todos los requisitos y trámites legales que se debe llevar a efecto antes de la implementación del negocio, al igual que la estructura organizacional del mismo la cual se ha tratado de consolidar en un número óptimo de personal que será el encargado de brindar un servicio de calidad a los clientes. Adicionalmente la parte técnica contempla la distribución de las instalaciones, la capacidad

de producción, y de igual manera la cantidad de insumos, equipos y mano de obra que se necesitará para su funcionamiento.

Para finalizar, se presenta el estudio económico y financiero del proyecto, en el cual se detalla el monto de inversión y capital de trabajo, que demandaría el mismo; así como su financiamiento. También se realiza una proyección de sus Estados Financieros, que incluye el flujo de efectivo que generaría el negocio, el mismo que se ha utilizado para llegar a establecer los indicadores principales: VAN, TIR y período de recuperación, que permitieron concluir si el negocio es económicamente factible o no.

SUMMARY

The project presented here was developed in order to study and analyze the feasibility of implementing a Japanese restaurant, specialized in Sushi in the city of Quito. In order to accomplish this objective, I take into account economic, financial and technical variables, the ones that help me to conclude whether the project is feasible or not.

In the first instance I defined the problem that motivated the development of this project, showing a lack of places that offer this type of service and the increased demand with oriental food preferences, which make the cost increase and that people, have no choice to pay for their needs.

The brief introduction that describes the project and the service that is planned to be implemented, through an innovative idea, can be seen at the proposal of the general and specific objectives. In a general way, the objectives are summarized in creating a restaurant with a different service that offer Japanese cuisine including an excellent customer service, which is directed to a high and middle class market.

Subsequently the project presents the market study to analyze the supply and the market demand for the established business. To carry out the market study, I used an effective tool such as surveys, the ones that allow me to analyze the acceptance and future market needs, the size that wants to capture, behavior, tastes and preferences of potential consumers.

Regarding to the supply, I performed a study guided to the direct and indirect competition of the business, taking into account three important factors such as performance, market participation and product offering. Besides, I gave a lot of importance to the marketing plan considered to be implemented, where there is considered the product, place, promotion and price, factors that are the basis to allow the participation of the business in the services market.

Within the study, we have considered all the legal requirements and procedures to be carried into effect before the implementation of the business, as well as the organizational structure of that which has sought to consolidate in an optimal number of staff who will be the responsible for providing quality service to customers.

Additionally the technical study of the project integrates the facility layout, production capacity, and likewise the amount of supplies, equipment and the labor force that will be needed for operation.

Finally, I present the economic and financial study of the project, which details the amount of investment and working capital that will be needed, as well as the financing of it.

I also present a projection of the financial statements that includes the cash flow that would generate the business. This study is used in order to establish key indicators: NPV, IRR and payback period, which led to the conclusion if the business is economically feasible or not.

INDICE

DECLARATORIA	II
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN EJECUTIVO	VII
SUMMARY	IX
INDICE	XI
LISTA DE GRÁFICOS	XV
LISTA DE TABLAS	XVI
LISTA DE CUADROS	XIX
CAPITULO I	20
1. PLANTEAMIENTO.....	20
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.2 OBJETIVO GENERAL.....	20
1.3 FORMULACION DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	21
1.4 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	21
1.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	22
1.5.1 INVESTIGACION DESCRIPTIVA.....	22
1.5.2 INVESTIGACION EXPLORATORIA	22
1.6 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION	23
1.7 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION Y ALCANCE	23
1.7.1 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.....	23
1.7.2 ALCANCE.....	24
1.8 METODOLOGIA Y FUENTES DE DATOS	24
1.8.1 METODOLOGÍA.-	24
1.8.2 FUENTES DE DATOS	25
CAPITULO II.....	27
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	27
2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	27
2.2 ANALISIS PRODUCTO	27
2.3 ANALISIS DEL MERCADO	28

2.3.1	SEGMENTACIÓN	28
2.4	MUESTREO.....	32
2.4.1	POBLACION.....	32
2.4.2	CÁLCULO DE LA MUESTRA	32
2.5	DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	35
2.5.1	FORMATO DE LA ENCUESTA.....	35
2.5.2	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	36
2.5.3	ANÁLISIS DE RESULTADOS	37
2.6	ANÁLISIS SITUACIONAL (EXTERNO)	51
2.6.1	ANÁLISIS PEST	51
2.7	SÍNTESIS FODA	58
2.8	ANALISIS DE LA DEMANDA.....	61
2.8.1	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.....	61
2.8.2	ANLISIS DE DEMANDA PASADA.....	62
2.8.3	ANALISIS DE LA DEMANDA PRESENTE	62
2.8.4	ANALISIS DE LA DEMANDA FUTURA	64
2.9	ANALISIS DE LA OFERTA.....	66
2.9.1	ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	66
2.9.2	FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA.....	67
2.9.3	OFERTA PASADA	68
2.10	PLAN DE MARKETING.....	70
2.10.1	PRODUCTO	70
2.10.2	PRECIO.....	71
2.10.3	PLAZA	72
2.10.4	PROMOCION Y PUBLICIDAD.....	73
CAPITULO III		76
3.	ESTUDIO TECNICO	76
3.1	OBJETIVO DE ESTUDIO TECNICO.....	76
3.2	DESCRIPCION DEL RESTAURANTE.....	76
3.3	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	77
3.4	FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO	77
3.4.1	TAMAÑO DEL MERCADO	78
3.4.2	DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA E INSUMOS.....	78

3.4.3	DISPONIBILIDAD DE TECNOLOGIA	78
3.4.4	DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA	79
3.4.5	CAPACIDAD DISEÑADA DEL RESTAURANTE	79
3.4.6	CAPITAL DISPONIBLE	80
3.5	LOCALIZACION DEL PROYECTO	81
3.5.1	MACRO LOCALIZACIÓN	81
3.5.2	MICRO LOCALIZACIÓN.....	82
3.6	INGENIERIA DEL PROYECTO	84
3.6.1	DESCRIPCION TECNICA.....	85
3.7	EQUIPAMIENTO	87
3.8	INFRAESTRUCTURA FISICA	87
3.8.1	CAPACIDAD INSTALADA POR METROS CUADRADOS	87
3.8.2	DISEÑO DE LA PLANTA	90
3.8.3	PROCESOS OPERATIVOS	90
3.8.4	DIAGRAMA DE FLUJO	92
3.8.5	OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO Y REQUERIMIENTO DE RECURSOS.....	96
CAPITULO IV		112
4.	ESTUDIO LEGAL Y REQUISITOS DE APERTURA.....	112
4.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	112
4.1.1	NOMBRE O RAZON SOCIAL	112
4.1.2	ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL.....	114
4.1.3	FUNCIONES POR PUESTO DE TRABAJO.....	114
4.1.4	PERFIL DEL PUESTO DE TRABAJO.....	120
4.2	MARCO LEGAL Y APERTURA DE LA EMPRESA.....	124
4.2.1	EMPRESA	124
4.2.2	PERSONALIDAD JURIDICA.....	124
4.2.3	FORMA DE ORGANIZACIÓN LEGAL.....	124
4.2.4	PROCEDIMIENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA.....	126
CAPITULO V.....		134
5.	ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO	134
5.1	OBJETIVOS.....	134
5.1.1	OBJETIVO GENERAL	134

5.1.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	134
5.2	INVERSIONES DEL PROYECTO	135
5.2.1	INVERSION ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES	135
5.2.2	INVERSION DIFERIDAS O INTANGIBLES.....	141
5.2.3	CAPITAL DE TRABAJO	142
5.3	FINANCIAMIENTO.....	144
5.3.1	AMORTIZACION DEL PRESTAMO	144
5.4	COSTO Y GASTOS	145
5.4.1	COSTOS DIRECTOS	145
5.4.2	COSTOS INDIRECTO	148
5.4.3	GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTA	151
5.4.4	PRESUPUESTO DE INGRESO	155
5.5	ESTADOS FINANCIEROS.....	156
5.5.1	BALANCE GENERAL.....	156
5.5.2	ESTADO DE RESULTADOS	157
5.5.3	FLUJOS DE CAJA	158
5.6	EVALUACION FINANCIERA.....	160
5.6.1	TMAR & TASA INTERNA DE RETORNO.....	160
5.6.2	VALOR ACTUAL NETO.....	164
CAPITULO VI		165
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	165
6.1	CONCLUSIONES	165
6.2	RECOMENDACIONES	166
BIBLIOGRAFIA		168
GLOSARIO.....		169
ANEXOS.....		1691

LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 2. 1 Representación Gráfica según estratificación de sexo	37
Grafico 2.2 Representación según estratificación de profesión.....	38
Grafico 2.3 Representación según gustos por la comida japonesa	39
Grafico 2.4 Frecuencia de consumo.....	40
Grafico 2.5 Restaurante de preferencia	41
Grafico 2.6 Calificación de restaurante.....	42
Grafico 2.7 Representación de ubicación.....	43
Grafico 2.8 Representación características importantes del Restaurante	44
Grafico 2.9 Área privada.....	45
Grafico 2.10 Razones de elección de restaurante	46
Grafico 2.11 Precio del servicio	47
Grafico 2.12 Representación forma de pago	48
Grafico 2.13 Representación de promociones	49
Grafico 2.14 Representación tipo de promociones	50
Grafico 2.15 Grafico de la Inflación	54
Grafico 2.16 Grafico de Inflacion mensual del IPC y por divisiones de consumo	54
Grafico 2.17 Riesgo País Mayo 2012	55
Grafico 2.18 Canal de Marketing Directo	72
Grafico 3.1 Provincia de Pichincha	82
Grafico 3.2 Mapa del sector Oriental.....	82

LISTA DE TABLAS

Tabla 2.1 Segmentación	31
Tabla 2.2 Tabla de división de la población de Quito de la clase alta y media alta.....	33
Tabla 2.3 Tabla de división de la población de 18 a 65 años de la clase media y media alta	33
Tabla 2.4 Imagen Nivel de Confianza.....	34
Tabla 2.5 Tabulación de sexo	37
Tabla 2.6 Tabulación de profesión.....	38
Tabla 2.7 Tabulación de Sexo del encuestado	39
Tabla 2.8 Tabulación de consumo	40
Tabla 2.9 Tabulación Restaurante suele ir	41
Tabla 2.8 Tabulación de calificación	42
Tabla 2.9 Tabulación de Ubicación	43
Tabla 2.10 Tabulación de Área privada	45
Tabla 2.11 Tabulación de Área privada	46
Tabla 2.12 Tabulación de precio.....	47
Tabla 2.13 Tabulación de forma de pago	48
Tabla 2.14 Tabulación de promociones	49
Tabla 2.15 Tabulación de promociones	50
Tabla 2.16 PIB.....	53
Tabla 2.17 Análisis de la demanda pasada.....	62
Tabla 2.18 Análisis Demanda Presente.....	63
Tabla 2.19 Análisis Demanda Proyectada.....	64
Tabla 2.20 Demanda Proyectada	65
Tabla 2.21 Demanda Proyectada	65
Tabla: 2.22 Participación de la competencia	67
Tabla 2.23 Proveedores	73
Tabla 3.1 Rotación de clientes.....	80
Tabla 3.2 Capital disponible.....	81
Tabla 3.3 Descripción área de cocina	87
Tabla 3.4 Descripción del área de recepción	88
Tabla 3.5 Descripción área de parqueadero	88
Tabla 3.6 Descripción área de barra.....	88
Tabla 3.7 Descripción área comedor.....	89
Tabla 3.8 Descripción área de negocios	89
Tabla 3.9 Descripción área baños	89
Tabla 3.10 Descripción área de bodega	90

Tabla 3.11 Requerimientos Equipos de cocina.....	97
Tabla 3.12 Requerimientos utensillos de cocina.....	98
Tabla 3.13 Requerimientos de Vajilla.....	99
Tabla 3.14 Requerimientos de cubertería.....	99
Tabla3.15 Requerimientos de cristalería.....	100
Tabla 3.16 Requerimientos de bodega.....	100
Tabla 3.17 Requerimientos de uniformes.....	100
Tabla 3.18 Requerimientos de Muebles y enseres.....	101
Tabla 3.19 Requerimientos de muebles y oficina de caja.....	101
Tabla 3.20 Requerimientos de Equipo de Oficina.....	102
Tabla 3.21 Capacidad de producción diaria.....	102
Tabla 3.22 Capacidad de producción Ensaladas y Entradas.....	103
Tabla 3.23 Capacidad de producción Sopas.....	103
Tabla 3.24 Capacidad de Producción Rollos, Sashimi, Niguiris.....	104
Tabla 3.25 Capacidad de Producción Teriyaki.....	104
Tabla 3.26 Capacidad de Producción Bebidas y postres.....	105
Tabla 3.27 Requerimiento de materia prima Ensaladas y entradas.....	105
Tabla 3.28 Requerimiento de materia prima Sopas.....	106
Tabla 3.29 Requerimiento de materia prima Rollos.....	106
Tabla 3.30 Requerimiento de materia prima Sashimi.....	107
Tabla 3.31 Requerimiento de materia prima Niguri.....	107
Tabla 3.32 Requerimiento materia prima Teriyaki.....	108
Tabla 3.33 Requerimiento de materia prima Jugos.....	109
Tabla 3.34 Requerimiento Uniforme de Chef.....	109
Tabla 3.35 Requerimiento Uniforme Auxiliar de cocina.....	110
Tabla 3.36 Requerimiento Uniforme Mesero, Barman y supervisor.....	110
Tabla 3.37 Requerimiento Uniforme Guardia de Seguridad.....	111
Tabla 3.2 Requisitos para implementación del negocio.....	133
Tabla 5.1 Inversión en Equipos Computación.....	135
Tabla 5.2 Inversión en Equipos de Oficina.....	136
Tabla 5.3 Inversión en Muebles y Enseres.....	137
Tabla 5.4 Inversión en Equipo de Cocina.....	138
Tabla 5.5 Inversión en utensillos de cocina.....	139
Tabla 5.6 Inversión en vajilla.....	140
Tabla 5.7 Inversión en cubertería.....	140
Tabla 5.8 Inversión en cristalería.....	141
Tabla 5.9 Inversión diferidas.....	142

Tabla 5.10 Calculo Beta por empresa	160
Tabla 5.11 Datos del actual proyecto	161

LISTA DE CUADROS

Cuadro 4.1 Perfiles del puesto de trabajo	123
Cuadro 4.2 Perfiles del puesto de trabajo	123
Cuadro 4.3 Requisitos y formalidades de la Compañía de responsabilidad Limitada	126
Cuadro 5.1 Flujo de caja	143
Cuadro 5.2 Financiamiento	144
Cuadro 5.3 Amortización del préstamo.....	144
Cuadro 5.4 Materiales Directo.....	147
Cuadro 5.5 Materiales directos	148
Cuadro 5.6 Mano de Obra directa.....	148
Cuadro 5.7 Materiales indirecta.....	149
Cuadro 5.8 Uniformes	150
Cuadro 5.9 Servicios Básicos	151
Cuadro 5.10 Suministros de Oficina	152
Cuadro 5.11 Publicidad.....	153
Cuadro 5.12 Depreciación de activos fijos	154
Cuadro 5.13 Sueldos del personal administrativo.....	154
Cuadro 5.14 Consumo promedio por persona	155
Cuadro 5.15 Calculo ingreso por persona	155
Cuadro 5.16 Balance General.....	157
Cuadro 5.17 Estado de Resultados.....	158
Cuadro 5.18 Flujo de caja.....	159
Cuadro 5.19 Cálculo de Beta.....	161
Cuadro 5.20 Costos de capital	162

CAPITULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad el mundo cambia a la globalización constantemente, cada día la competencia es mayor a causa del incremento de las necesidades de las personas y exigencias, por esta razón las empresas y negocios han visto la necesidad de ir cambiando y desarrollando nuevas estrategias de promoción y comercialización para llegar a sus clientes y cumplir con sus gustos y preferencias.

Debido a esto se ha encontrado la necesidad de alimentar nuestra cultura identificando costumbres y creencias de otros países, por esta razón el estudio y la investigación de la inclusión de la gastronomía japonesa en el mercado ecuatoriano.

Uno de los principales problemas que motivo a la elaboración de este proyecto es la existencia de pocos lugares que brinden este tipo de servicio y el incremento de clientes con preferencias por la comida oriental, lo que hace que el costo sea alto, y la gente no tenga otra opción que pagar por satisfacer sus necesidades.

Es importante recalcar que la población de Quito en la actualidad, la mayoría de hogares trabajan las dos cabezas de familia, y los días de descanso tienen preferencia por comer fuera de casa, esto causa problemas de congestión en ciertos restaurantes que son reconocidos por el tipo de comida que brindan y por el posicionamiento que han llegado a tener en el mercado. También se puede apreciar este problema en los establecimientos de comida oriental.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el proyecto de factibilidad para la implementación de un Restaurante de Comida Japonesa con especialidad en sushi en la ciudad de Quito.

1.3 FORMULACION DE OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Demostrar la factibilidad de la implementación del restaurante de sushi con las características específicas, a través de un estudio de mercado.
- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores que distribuyen la materia prima, en especial el producto que no se puede encontrar con facilidad en el mercado nacional.
- Obtener rentabilidad con la implementación de un restaurante de este tipo de comida en la ciudad de Quito.
- Obtener información respecto a la cultura japonesa, que pueda servir para el estudio planteado.
- Identificar a través del estudio de mercado la demanda real de clientes que se inclinen por la comida japonesa y especialmente por el sushi.
- Definir las estrategias de marketing que se implementarán para que el restaurante gane un buen posicionamiento en el mercado.
- Investigar a través del estudio de mercado el sector adecuado en donde se deberá ubicar el Restaurante de Sushi.

1.4 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

La creación de un restaurante de sushi con una idea innovadora, es el resultado de dos problemas que se están presentando en la actualidad, uno es la existencia de pocos lugares en donde se pueda encontrar comida japonesa, y el incremento de clientes que se inclinan por este tipo de comida sea porque verdaderamente les guste, por novelería o por curiosidad de la ciudadanía, convirtiéndose en un estilo de moda.

Por esta razón se ha visto la necesidad de elaborar un proyecto para implementar un Restaurante que brinde más que una experiencia de comida exclusiva y única, la experiencia de vivir un estilo diferente, sano e innovador.

La comida japonesa ha logrado obtener un buen posicionamiento en el mercado ecuatoriano, especialmente en el mercado quiteño, en donde la cantidad de personas que pertenecen a la clase media alta y alta es considerable; además a este segmento de la población, sus gustos y preferencias se inclinan al consumo de vegetales y una gran

variedad de mariscos sin mayor cocción lo cual hace que este tipo de comida sea más saludable para los consumidores.

Además de lo señalado anteriormente, este estudio buscará que la implementación del restaurante sea en un lugar en donde su principal lema sea brindar un mejor producto y servicio a sus clientes o consumidores, como también a un precio justo.

1.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En este proyecto se realizará dos tipos de investigaciones, la investigación descriptiva y la investigación exploratoria, con el objetivo de recolectar información importante como herramienta base para la ejecución y edición de este proyecto.

1.5.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Según este método de investigación tiene como objetivo delinear las características del mercado y su funcionamiento; el propósito de su implementación en este proyecto es describir las características más importantes de un pequeño grupo de personas, que serán seleccionadas de acuerdo a las características de nuestro mercado meta, quienes estarán sujetas a un análisis, para conocer sus gustos, preferencias y necesidades, que posteriormente permitirá realizar predicciones específicas acerca de los posibles consumidores de Sushi.

Para este método de investigación se utilizará dos herramientas fundamentales como son las encuestas a personas que correspondan a la clase media alta y alta de la ciudad de Quito y además se realizará el método de observación, a través de los consumidores que tiene la competencia.

1.5.2 INVESTIGACION EXPLORATORIA

Se utilizará este diseño de investigación con el objetivo de obtener una mejor idea y comprensión del problema, conocer experiencias y determinar las estrategias a aplicar en el Proyecto.

Los métodos que se emplearán en la investigación serán el análisis de datos secundarios, descripción de la competencia, y la elaboración de entrevistas a profundidad con la finalidad de obtener criterios validos sobre el funcionamiento de negocios similares al Restaurante de sushi que se implementará.

1.6 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

La factibilidad del restaurante de comida japonesa con especialidad en sushi será una opción diferente para los consumidores de la ciudad de Quito, debido a las características del servicio (costos moderados, innovación en el servicio e instalaciones físicas).

1.7 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y ALCANCE

1.7.1 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto se implementará en la ciudad de Quito, en la zona norte, en el sector de la Av. Coruña, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los habitantes del sector, quienes pertenecen a la clase media alta y alta.

En el sector mencionado a sus alrededores se ubica gran parte del parque empresarial, por lo que sería un lugar estratégico para la implementación del Restaurante, que es de interés de este proyecto.

Este se lo realizará en un periodo de 8 meses aproximadamente; empezando desde Enero hasta Agosto del año 2013.

La información que se recopilará determinará:

- Si existe un mercado potencial de comida japonesa para el nivel socio económico del sector.
- Si es un servicio rentable.

- Si los precios de los platillos son más bajos que los existentes en el mercado.
- Si el servicio a ofrecer es competitivo en comparación a la oferta de la competencia.

1.7.2 ALCANCE

La implementación de este proyecto en la zona nor-oriental de Quito, pretende cautivar la mayor parte de la población que pertenece a la clase media y media alta de la ciudad de Quito, que vivan en el sector norte.

1.8 METODOLOGIA Y FUENTES DE DATOS

1.8.1 METODOLOGÍA.-

La metodología es un conjunto de procedimientos basados en principios lógicos, que se utiliza como base para alcanzar los objetivos establecidos dentro de un proyecto. La metodología estudia también el proceder del investigador y las técnicas que emplea.¹ Entre las metodologías más importantes y que serán una herramienta base para esta investigación será la investigación primaria, a través de la elaboración de encuestas.

Los métodos que se utilizarán en la investigación son:

1.8.1.1 Metodología Científica :

Es la ciencia que se utilizará de base para la orientación en el razonamiento y aproximación a la realidad, a través de la organización de las acciones y aportación de criterios de carácter científico para el control de todo el proceso que se llevará a efecto en el proyecto. Además este método consiste en realizar una investigación profunda de los factores más importantes en el desarrollo de este estudio y de esta manera descubrir nuevos elementos explicativos y significativos en la realidad.

¹<https://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r33282.PDF>

1.8.1.2 Metodología Estadística:

Cumple una función muy importante dentro de un proyecto, permite llegar a determinar la muestra de los sujetos a estudiar, la tabulación de datos obtenidos por las encuestas a realizar y establecer generalidades apropiadas a partir de esta información.

1.8.2 FUENTES DE DATOS

Como herramienta principal para la elaboración de este proyecto se utiliza las siguientes fuentes de datos, con el objetivo de obtener gran cantidad de información para el éxito en la edición de este proyecto.

1.8.2.1 FUENTES PRIMARIAS:

Corresponde a los datos que se obtiene específicamente para el estudio que se está realizando. Los métodos más conocidos para la recopilación de datos son entrevistas, observación, y encuestas.

Como fuente de datos principal para la elaboración de este proyecto será la primaria, que la obtendremos a través de la ejecución de encuestas al mercado meta, con el objetivo de conocer sus necesidades y preferencias; también utilizaremos el método de la observación al comportamiento de nuestros consumidores metas; y por último la entrevistas a expertos.

1.8.2.2 FUENTES SECUNDARIAS:

Corresponde a los datos que ya existen y que han sido recopilados en otras investigaciones con propósitos distintos a los de esta investigación, pero que sirven como base de nuevos proyectos, las ventajas de esta fuente es la rapidez en obtenerlas, el bajo costo en la recopilación y son una herramienta para la definición de un problema, además se debe procurar que la información buscada sea actual, confiable y aplicable a la investigación.

Para este estudio se empleará una gama de libros con temas relacionados a los diferentes temarios que tendrá esta tesis y también se utilizará como base de su estructura trabajos similares al tema de nuestro proyecto.

Es muy importante recalcar que también se utilizará como herramienta de apoyo y base de recolección de información, una fuente tan extensa y útil como son las diferentes páginas web que se puede encontrar en el internet.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo de la investigación es conocer e identificar los gustos, preferencias y comportamientos del consumidor.

Hacer un análisis y seguimiento de las tendencias de los clientes potenciales, para que a través de la oferta y la demanda se pueda identificar la demanda potencial insatisfecha.

2.2 ANÁLISIS PRODUCTO

Se entiende por restaurante aquel establecimiento público que ofrece a los clientes un servicio alimenticio de cualquier tipo a cambio de un recurso monetario. El servicio que se proporcionará será un Restaurante especializado en comida Japonesa, como es el sushi. El servicio será especializado y los productos con los que serán preparados los platillos serán de excelente calidad. Los productos como es la materia prima para la elaboración de los platos fuertes serán importados, debido a que algunos productos son inexistentes en la producción nacional.

La materia prima que será adquirida en el mercado ecuatoriano es:

- Atún. El atún que se utilizará es el de clase roja, debido a que su composición es rica en vitaminas y minerales que ayudan a reducir los niveles de colesterol y triglicéridos de la sangre, disminuyendo el riesgo de dolencias como la aterosclerosis, trombosis, así como la prevención de enfermedades cardíacas.

La materia prima que será adquirida en el mercado internacional debido a la inexistencia de la producción nacional es la siguiente:

- Salmón. El tipo de Salmón que se utilizará será el salmón rojo. Es una de las especies de mayor consumo, y su producción se localiza en zonas costeras, desde Alaska hasta Oregón.

- Anguila.
- Caviar.
- Algas

Los platillos principales y que serán especialidad de la casa serán los diferentes rollos que se preparan con materia prima de calidad y además se implementará en el menú mezclas innovadoras con productos ecuatorianos entre los principales platillos con los que contara nuestro menú serán los siguientes:

- Ensaladas de algas
- Rollos
- Sashimi
- Sopas
- Platos fuertes
- Niguiris

Información nutritiva:

En general la comida japonesa es muy sana y menciona que entre sus principales características está la de poseer “pocas calorías, muchas proteínas y minerales”.

El sushi aporta vitaminas y minerales muy favorables para el metabolismo. Los pescados utilizados para su elaboración son muy ricos en ácidos grasos omega 3 y omega 6, fundamentales para el desarrollo y funcionamiento de las células y tejidos, indicado para favorecer el sistema circulatorio, el corazón y la digestión.

Por ser baja en calorías, cocinar los alimentos generalmente al vapor, y emplear verduras y carnes blancas en abundancia, la gastronomía del Japón es considerada una de la más saludable del mundo.²

2.3 ANALISIS DEL MERCADO

2.3.1 SEGMENTACIÓN

“División de un mercado en distintos grupos de compradores con necesidades, características o conductas diferentes; y, para los que es necesario elaborar productos o marketing mix distintos”³.

² La comida Japonesa y Nikkei, Lexus S.A, Edición 2009.

La segmentación de mercado es un proceso mediante el cual se divide el mercado en diferentes segmentos, considerando las diferentes preferencias de un grupo de consumidores que poseen características similares.

El mercado se puede segmentar de acuerdo a varias características, considerando como variables de segmentación más utilizadas dentro de la investigación de mercados a las siguientes:

2.3.1.1 Segmentación Geográfica:

Este tipo de segmentación analiza la división del mercado en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, ciudades, barrios etc.⁴

De acuerdo a las características geográficas del Ecuador, la investigación se centra en el cantón del Distrito Metropolitano de Quito, perteneciente a la Provincia de Pichincha, que corresponde a la zona sierra del Ecuador.

La información de investigación del proyecto se centrará únicamente en la población urbana de la ciudad de Quito, específicamente en el sector norte de la ciudad dentro de este sector, en la zona del Quito Tenis.

De acuerdo al censo realizado en el año 2011, la ciudad de Quito está compuesta por **2.576.287** habitantes.

2.3.1.2 Segmentación Psicográfica:

En este segmento se divide al mercado en diferentes grupos fundamentándose en las características que poseen los compradores como clase social, estilo de vida y diferentes tipos de personalidad.

El segmento psicográfico que se ha elegido para el restaurante corresponde a la clase media alta y alta de la ciudad de Quito, debido a que el costo del servicio que ofrecerá nuestro negocio es medio alto.

³“MARKETING” 10ma Edición, Philip Kotler, Pearson Prentice Hall.

⁴Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill, Cuarta Edición.

El estilo de vida de los posibles consumidores se basa en una alimentación saludable y preferencia por conocer diferentes culturas gastronómicas de los diferentes países, en este caso será la cultura gastronómica Oriental (Japonesa), caracterizada por ser de fácil digestión.

De acuerdo a uno de los parámetros más importantes en lo que corresponde a la segmentación Psicográfica como es la clase social, tomando como base de esta investigación las estadísticas presentadas por el INEC, en relación al último censo el número de habitantes que corresponde a la clase media alta y alta de la ciudad de Quito es de **347.587**.

2.3.1.3 Segmentación Demográfica:

Este tipo de segmentación analiza las variables tales como distribución de la población por: edad, género, ingresos, educación, religión, nacionalidad, etc.⁵

Las características demográficas de la población elegida a la cual se dirigirá el servicio corresponden a un rango de edad entre 18 a 65 años, entre hombre y mujeres. La nacionalidad puede ser ecuatoriana entre otras, debido a que el tipo de comida que se prepara es de tipo internacional.

En base a los datos estadísticos recolectados en el último censo y relacionando las dos variables importantes para esta investigación (Clase social y edad), el porcentaje de personas que corresponde a este segmento de 18 a 65 años de la clase media y media alta, es del 72%, que significan **249.702** habitantes.

2.3.1.4 Segmentación socio-cultural:

Este tipo de segmento divide al mercado en grupos de compradores con base a su conocimiento del producto, su actitud ante el mismo y a la frecuencia con la que

⁵Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill, Cuarta Edición.

consumen el servicio⁶. Se considera como variables del comportamiento humano a la fidelidad a la marca, grado de conocimiento y actitud ante el producto.

La población a la cual está enfocado el restaurante de sushi, corresponde a las que tengan las siguientes características, actividades de su preferencia e intereses:

ACTIVIDADES	INTERESES	OPINIONES
Les guste la comida japonesa especialmente el sushi.	Encontrar un lugar adecuado en el cual puedan disfrutar de platillos exquisitos.	Ambiente diferente para degustar de los platillos preparados al vapor, cocidos o asados con condimentos naturales.
Les guste la comida sana y nutritiva.	Lugar en el cual pueda consumir alimentos sanos y bajos en grasa.	Lugar nutritivo y sano, que permita tener buen hábito de alimentación.
Les guste probar nuevas fusiones entre comida japonesa y ecuatoriana	Encontrar un lugar en el cual el Chef de la casa brinde platillos exquisitos y un sabor único.	Restaurante con platillos exquisitos.

Tabla 2.1 Segmentación
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El autor

2.3.1.5 Segmentación por necesidades del consumidor

La segmentación por necesidades del consumidor analiza las preferencias del mercado al momento de la elección de un restaurante.

Los consumidores que se ha segmentado, son aquellos que tienen la necesidad de elegir a la hora del almuerzo o cena un restaurante que le brinde una gran variedad de platillos en su menú, comida sana, y el tiempo de cocción de los alimentos sea corto, de esta manera reduciremos el tiempo de espera del consumidor. Al igual que se prestará un servicio al cliente ágil y de calidad, para obtener como resultado un alto índice de rotación.

⁶Tipos de segmentación, <http://1ngr1d.wordpress.com/tag/segmentación-de-mercado>

2.4 MUESTREO

Es el procedimiento que se utiliza para seleccionar una muestra representativa dentro de la población o universo, estudiar en ella alguna característica y generalizar los resultados a la población de origen.

2.4.1 POBLACIÓN

"Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones. El conjunto de estos elementos representan una característica común"⁷.

Para la investigación se considerará como población a todos los habitantes de la ciudad de Quito de la zona urbana, entre los rangos de edad de 18 a 65 años y que pertenecen a la clase media y media alta. La cantidad de habitantes es de 249.703.

El tamaño de la población se define citar como el número de elementos que la compone, esta puede ser finita o infinita. Debido a que el número de elementos de la población para la investigación es considerablemente grande, la misma que se establece como infinita. Por esta razón para que el análisis de todos los elementos no se dificulte, lo más óptimo es analizar una parte del mismo llamada muestra. Es decir la muestra constituye una selección representativa de los elementos de la población.

2.4.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA

El cálculo de la muestra en este proyecto se lo realizara a través de la siguiente formula, en donde:

- p : es la cantidad de individuos que posee la población, y la característica de estudio generalmente se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

⁷Levin&Rubin (1996).

- q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.
- n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).
- N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

Para el cálculo de la población del proyecto se ha segmentado de la siguiente manera, debido a que el proyecto se centra en la población con poder adquisitivo alto y medio alto, el número total de habitantes de la ciudad de Quito que pertenece a la clase media y media alta es 347.586 habitantes.

		Ciudad	
		Quito	
		Recuento	
NSE		Valor Absoluto	Porcentajes
nse	D (bajo)	101846	6%
	C- (Medio bajo)	683379	42%
	C+ (Medio típico)	482376	30%
	B (Medio alto)	298788	18%
	A (alto)	48799	3%
	Total	1615187	100%

Fuente: Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE (2011) - Instituto Nacional de Estadística y Censos

Tabla 2.2 Tabla de división de la población de Quito de la clase alta y media alta

Fuente: Encuesta de Estratificación Socioeconómica NSE (2011) – INEC

Elaborado por: EL autor

De esta cantidad de habitantes se investigo que 249.702 pertenecen al rango de edad de 18 a 65 años, que es uno de los parámetros para la segmentación de la demanda potencial de este proyecto.

		Ciudad	
		Quito	
		De 18 a 65 Años	
		1.00	
		Recuento	% del N de la columna
	D (bajo)	51926	5,2%
	C- (Medio bajo)	390267	38,8%
	C+ (Medio típico)	312785	31,1%
nse	B (Medio alto)	211771	21,1%
	A (alto)	37931	3,8%
	Total	1004681	100,0%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Tabla 2.3 Tabla de división de la población de 18 a 65 años de la clase media y media alta

Fuente: Encuesta de Estratificación Socioeconómica NSE (2011) – INEC

Elaborado por: EL autor

- K: error de la muestra
- z: El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,50%	99%

Tabla 2.4 Imagen Nivel de Confianza

Fuente: Pagina Web: www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.htm

Elaborado por: El Autor

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{K^2 * (N - 1) + Z^2 * N * p * q}$$

Datos para el cálculo de la muestra:

$$P= 0.5$$

$$Q= 0.5$$

$$Z= 1.96$$

$$K= 5\%$$

$$N= 249.703$$

$$n= \frac{(1,96)^2 * 249.702 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (249.703) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n= \frac{(3,84) * 249.702 * 0,5 * 0,5}{(0,0025) * (249.703) + (3,84)(0,5)(0,5)}$$

n= 384

Esto quiere decir que es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer) deben ser de 384 encuestas, esto ayudará a conocer si el proyecto va a ser factible y si va a funcionar en el mercado.

2.5 DISEÑO DE LA ENCUESTA

El objetivo de la encuesta es analizar la aceptación del restaurante de comida japonesa especializado en Sushi en el sector nor - oriente de la Ciudad de Quito, específicamente en el sector de la González Suárez (Av. Coruña y Whymper), a través de la elaboración de preguntas cerradas, ya que estas permitirán recolectar información precisa de las preferencias de los clientes potenciales hacia la futura creación del Restaurante planteado en esta investigación.

La recolección de datos se realizará a través del método de entrevista personal, aplicando un cuestionario de preguntas cerradas.

2.5.1 FORMATO DE LA ENCUESTA

El objetivo de la encuesta es analizar la aceptación del restaurante de comida japonesa en la Ciudad de Quito, a través de preguntas cerradas debido a que estas permiten que el encuestado no esté predispuesto en el momento de contestar la encuesta, donde se estudian las percepciones y preferencias de los clientes potenciales hacia la futura creación de la empresa planteada en la investigación.

La recolección de datos se realiza a través de la técnica de entrevista personal aplicando un cuestionario de preguntas. En el Anexo #1 se detalla su diseño.

2.5.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A través de la recopilación de la información obtenida en la encuesta realizada, se elaborará la tabulación respectiva de los datos utilizando gráficos ilustrativos que nos facilitará el análisis e interpretación de resultados.

Las preguntas comprendidas en la encuesta nos permitirán conocer e identificar el perfil de nuestros consumidores potenciales como gustos y preferencias, la frecuencia de consumo, la competencia directa del restaurante, el precio que estaría dispuesto a pagar por el servicio a brindar, entre otros

2.5.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS

SEXO DE LA PERSONA ENCUESTADA

En la investigación realizada y según la distribución de sexo y rango de edad de 18 a 65 años, dentro de la Ciudad de Quito se ha establecido que de la muestra que se ha tomado para la elaboración de este proyecto, el 59% de la población de consumidores corresponde al sexo masculino y el 41% restante al sexo femenino.

Es muy importante tomar en cuenta el porcentaje más alto de personas de acuerdo al sexo, debido a que es un factor crítico para la toma de decisión de medios de publicidad del Restaurante.

SEXO	N de Encuesta	Porcentaje (%)
FEMENINO	226	59%
MASCULINO	158	41%
Total de Encuestas	384	100%

Tabla 2.5 Tabulación de sexo
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: El autor

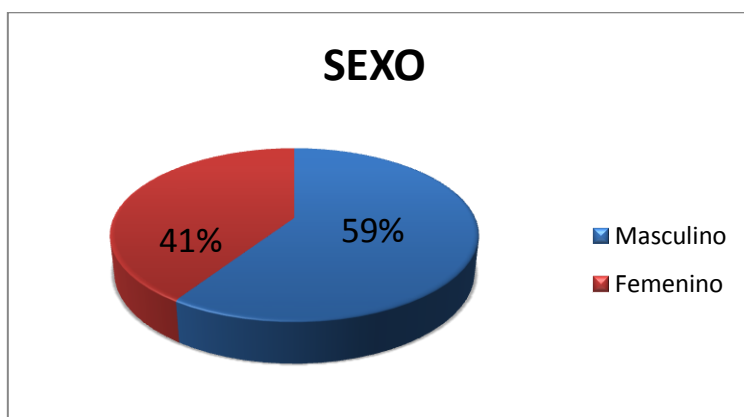


Gráfico 2. 1 Representación Gráfica según estratificación de sexo
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: El autor

PROFESION DEL ENCUESTADO

En lo que corresponde a la distribución por profesión, se ha establecido que el 41% corresponde a ingenieros, seguido por el 18% de estudiantes y posteriormente economistas con el 12%.

PROFESION	N de Encuestas	Porcentaje (%)
Contador	42	11%
Ingeniero	157	41%
Psicología	20	5%
Medico	12	3%
Estudiante	69	18%
Economista	46	12%
Abogado	11	3%
Fisioterapeuta	4	1%
Máster Financiero	4	1%
NA	19	5%
Total de encuestas	384	100%

Tabla 2.6 Tabulación de profesión

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

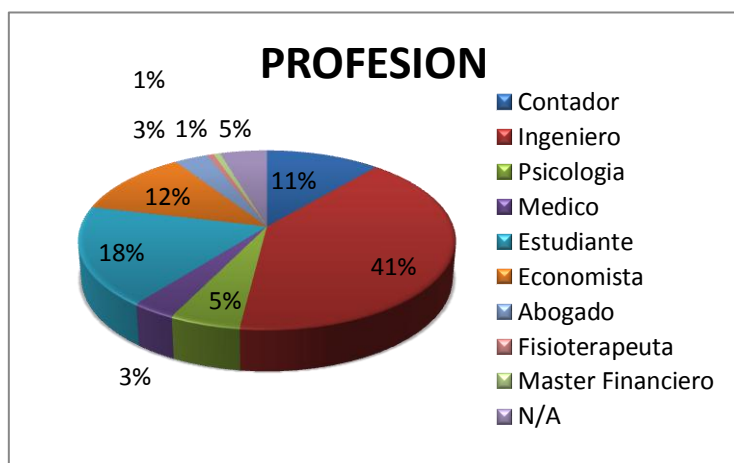


Gráfico 2.2 Representación según estratificación de profesión

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Como se puede analizar en el gráfico del total de personas encuestadas en la ciudad de Quito, el mayor porcentaje corresponde a las personas que tiene como profesión ingeniería en las diferentes ramas como ambiental, financiera, bancaria, química, entre las principales. Esto permite concluir que el target del servicio a brindar será especialmente profesional, lo cual forma parte de uno de los parámetros que se deberá tomar en cuenta al momento de elaborar la publicidad del Restaurante.

De acuerdo a la tabulación procesada y cuestionario de la encuesta los resultados por cada pregunta fueron los siguientes:

PREGUNTA 1: ¿A usted le gusta la comida japonesa?

SEXO	N de Encuesta	Porcentaje (%)
FEMENINO	226	59%
MASCULINO	158	41%
Total de Encuestas	384	100%

Tabla 2.7 Tabulación de Sexo del encuestado

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

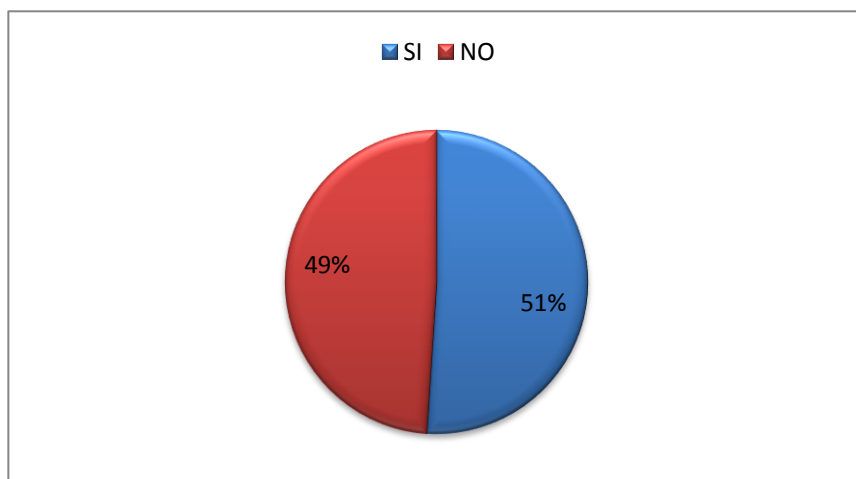


Gráfico 2.3 Representación según gustos por la comida japonesa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

De acuerdo al análisis se ha determinado que la mayor parte de encuestados tiene gustos y preferencias por la comida japonesa, especialidad Sushi. Estos resultados permite apreciar que si es factible la implementación del Restaurante de comida Japonesa con especialidad en Sushi en la ciudad de Quito.

PREGUNTA 2: ¿Cada cuánto tiempo estaría dispuesto a comer comida japonesa?

Frecuencia de consumo	Número de personas	Porcentaje (%)
Una vez al mes	142	37%
Dos veces al mes	162	42%
Tres veces al mes	58	15%
Cuatro veces al mes	19	5%
Más de cuatro veces al mes	4	1%
Numero de encuestas	384	100%

Tabla 2.8 Tabulación de consumo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

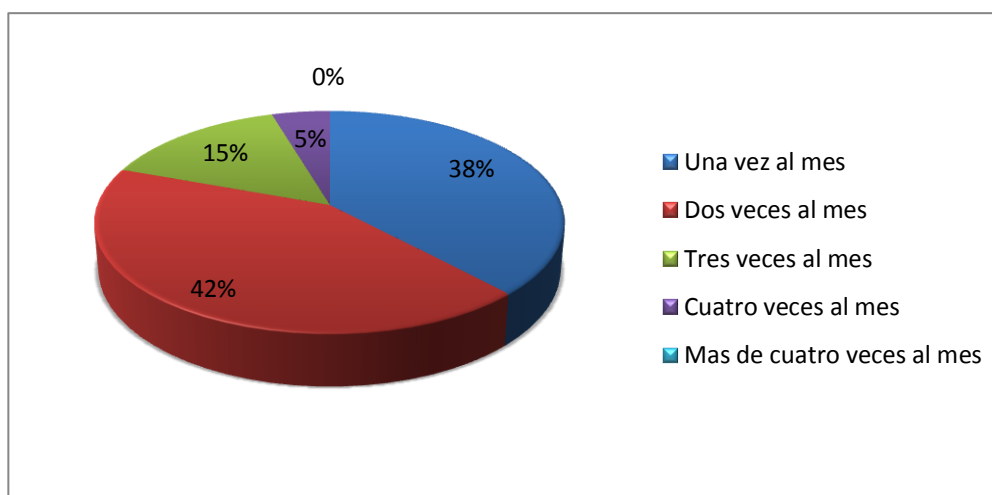


Gráfico 2.4 Frecuencia de consumo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, la variable con mayor porcentaje corresponde a un nivel de frecuencia de dos veces al mes, lo que daría como resultado para el negocio una gran ventaja ya que se podría establecer un consumo estable, y permitiría definir un nivel de producción mucho más real.

PREGUNTA 3: ¿Cuál de los siguientes restaurantes de comida Japonesa especializada en Sushi usted suele ir?

Restaurante que suele ir	Numero de personas	Porcentaje (%)
NOE	174	45%
KANPAI	105	27%
SAKE	89	23%
OTRO	16	4%
Numero de encuestas	384	100%

Tabla 2.9 Tabulación Restaurante suele ir

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

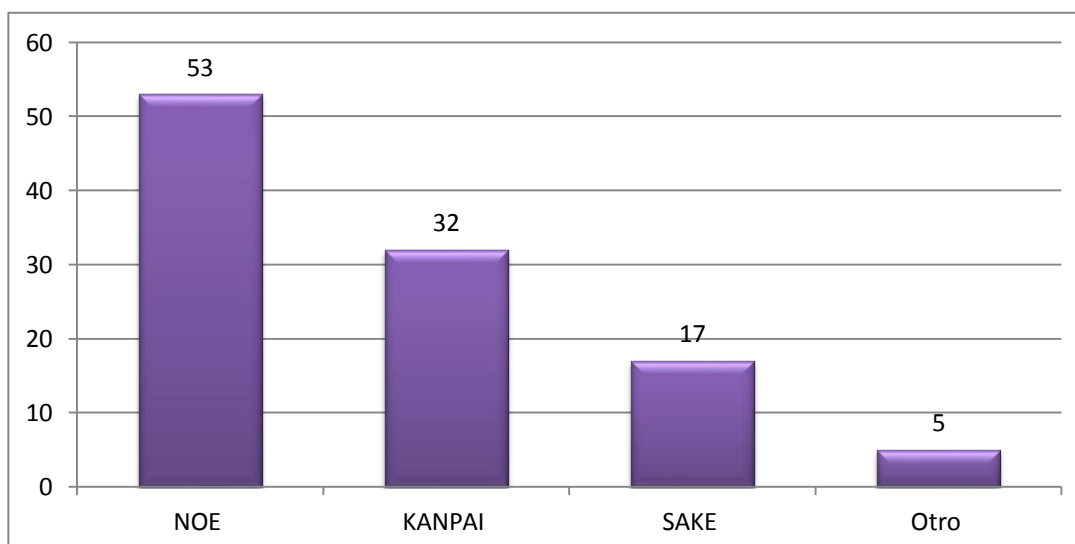


Grafico 2.5 Restaurante de preferencia

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Análisis: De acuerdo a los resultados de la encuesta se puede observar que uno de los restaurantes a los que más suelen ir las personas encuestadas es el Noe Sushi Bar, por lo que representaría una de las principales competencias al momento de la implementación de este proyecto en el mercado ecuatoriano.

Calificación

Calificación	Número de personas	Porcentaje (%)
NOE	143	37%
KANPAI	99	26%
SAKE	88	23%
OTRO	54	14%
Numero de encuestas	384	100%

Tabla 2.10 Tabulación de calificación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

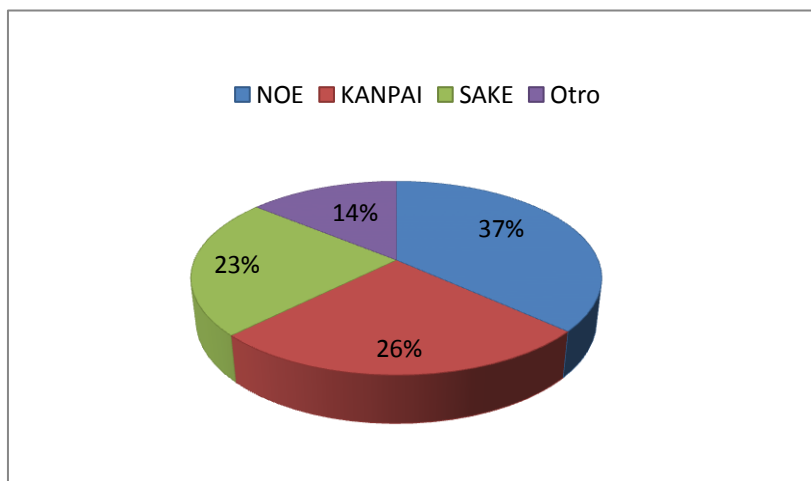


Gráfico 2.6 Calificación de restaurante

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Análisis: Con la información obtenida se puede concluir que la competencia directa del restaurante de comida japonesa especializado en Sushi, representa Noe y Kanpai; los restaurantes que tienen mayor ponderación en la calificación.

Es importante conocer los restaurantes que visita con más frecuencia los posibles consumidores, ya que de esta manera a futuro se puede implementar Oportunidades de mejora en este proyecto, a través del análisis de las debilidades que posee la competencia.

PREGUNTA 4: ¿En qué sector de la ciudad de Quito le gustaría que esté ubicado el Restaurante?

Ubicación	Número de personas	Porcentaje (%)
Quito Tenis	92	24%
Urbanización del condado	50	13%
González Suarez	103	27%
Cumbaya	38	10%
El Bosque	101	26%
Total de encuestas	384	100%

Tabla 2.11 Tabulación de Ubicación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

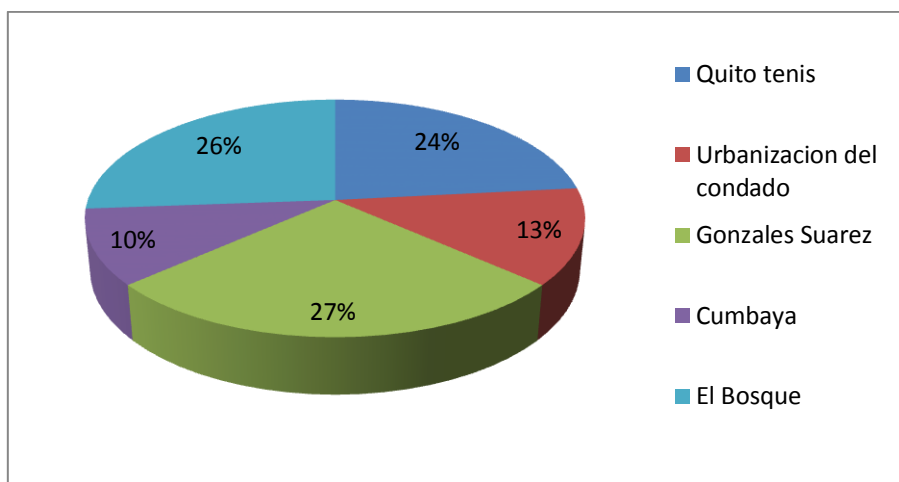


Gráfico 2.7 Representación de ubicación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Análisis: La decisión del sector es un factor estratégico dentro del proyecto, por lo que la opinión de los posibles consumidores ha determinado que el Sector de la Gonzales Suarez es el más apto para la implementación del mismo.

Los lugares detallados en la encuesta son lugares estratégicos de la ciudad de Quito, en donde se puede concluir que por el sector y lugares vecinos frecuentan personas que corresponden al estatus social al que se espera cautivar con la implementación de este proyecto.

PREGUNTA 5: Siendo 5: más importante y 1 menos importante. Enumere del 1 al 5 las características que le gustaría que tuviese el nuevo restaurante de comida Japonesa especializado en Sushi

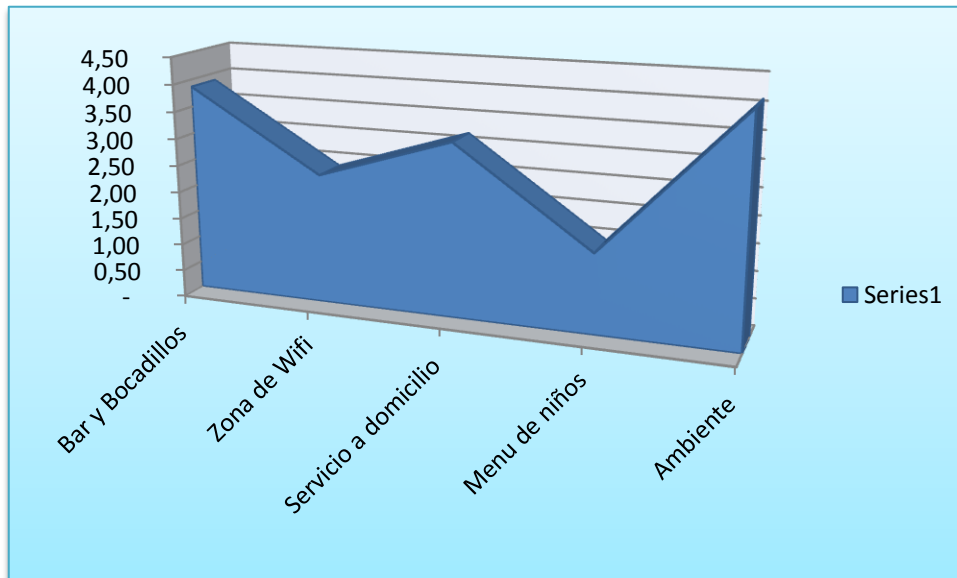


Gráfico 2.8 Representación características importantes del Restaurante

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Análisis: De acuerdo a los resultados se podría concluir con el mayor promedio obtenido, la característica más importante que les gustaría que tuviese el restaurante de comida japonesa especializada en sushi es un buen ambiente, y como secundario la sección del bar y bocadillos.

Es importante analizar los diferentes servicios extras que pueden generar valor a los posibles clientes para de esta manera satisfacer sus necesidades y así crear clientes con mayor frecuencia.

PREGUNTA 6: ¿Le gustaría que nuestro restaurante cuente con un área privada, destinada para motivos de negocios o eventos familiares?

Área privada	Número de personas	Porcentaje (%)
SI	323	84%
NO	61	16%
Numero de encuestas	384	100%

Tabla 2.12 Tabulación de Área privada

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

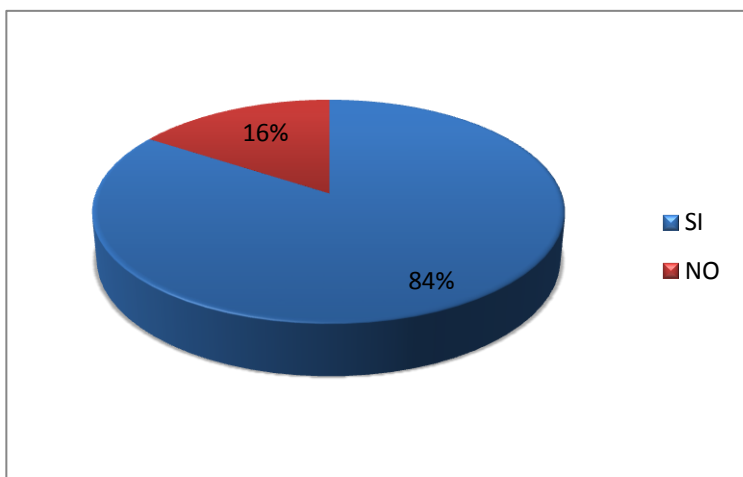


Gráfico 2.9 Área privada

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Análisis: Con la información obtenida se puede concluir que el restaurante de comida japonesa con especialidad en sushi debe contar con un área destinada solo para motivos de negocios o eventos familiares.

Para el negocio de restaurantes es importante conocer este tipo de información, porque permitirá obtener una imagen diferente ante los ojos de los consumidores, ya que su perspectiva de consumo no será solo para fines de semana sino también se tomara en cuenta para la ejecución de negocios y eventos especiales.

PREGUNTA 7: Al momento de elegir un restaurante de comida japonesa, especializado en sushi de las siguientes opciones cual es la más importante para usted.

Calificación	Número de personas	Porcentaje (%)
Precio	143	20%
Sector de Ubicación	99	8%
Tiempo de espera	88	11%
Calidad	54	40%
Numero de encuestas	384	79%

Tabla 2.13 Tabulación de Área privada

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

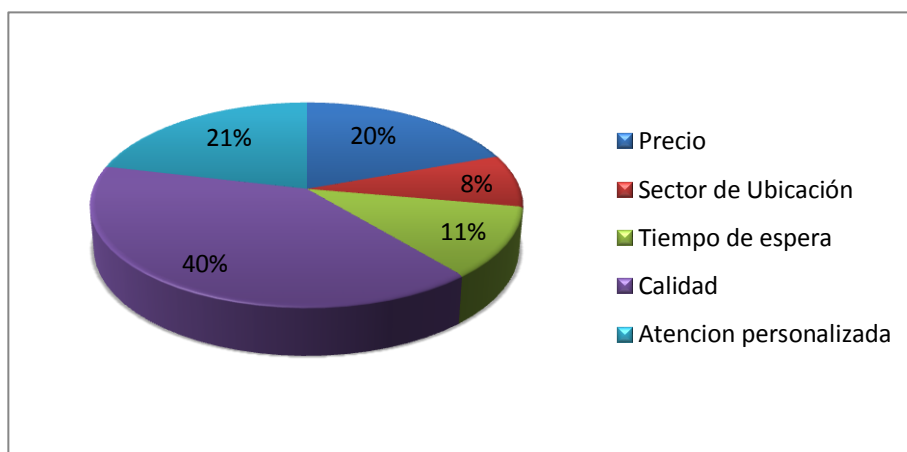


Gráfico 2.10 Razones de elección de restaurante

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Análisis: De acuerdo a la información obtenida en la investigación podemos concluir que la principal razón al momento de elegir un restaurante es la calidad del servicio y producto que brinda el mismo, seguido por el precio y la atención personalizada.

Los factores que fueron más votados en la encuesta son las principales características que deberá contar el restaurante y trabajar mucho por mantener la eficiencia en la calidad de los productos, precio y atención al cliente.

PREGUNTA 8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio, en promedio por persona?

Calificación	Número de personas	Porcentaje (%)
Entre 15 a 20 dólares	143	32%
Entre 20 a 25 dólares	99	36%
Entre 25 a 30 dólares	88	24%
Entre 30 a 35 dólares	52	6%
Más de 35 dólares	2	2%
Numero de encuestas	384	100%

Tabla 2.14 Tabulación de precio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

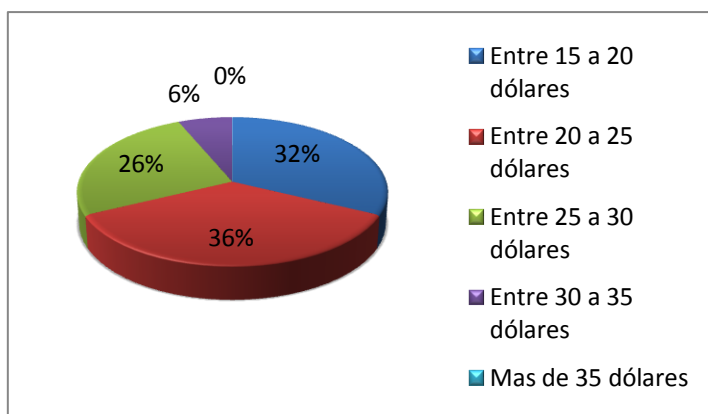


Gráfico 2.11 Precio del servicio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Análisis: Con la información obtenida podemos concluir que el precio al que estarían dispuestos a pagar por el servicio que brinda el restaurante de comida japonesa especializado en sushi oscila entre 20 a 25 dólares.

El rango de precio obtenido, será uno de los parámetros que se deberá tomar en cuenta al momento de establecer los costos finales del producto y servicio, además estimulara a la optimización de recursos para mantenerse dentro de este margen de precio, y de esta manera cautivar a los posibles consumidores.

Es importante mencionar que el precio es uno de los factores decisivos al momento de la elección del Restaurante.

PREGUNTA 9: ¿Cuál sería su forma de pago?

Forma de Pago	Número de personas	Porcentaje (%)
EFFECTIVO	215	56%
TARJETA DE CREDITO	169	44%
Numero de encuestas	384	100%

Tabla 2.15 Tabulación de forma de pago

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

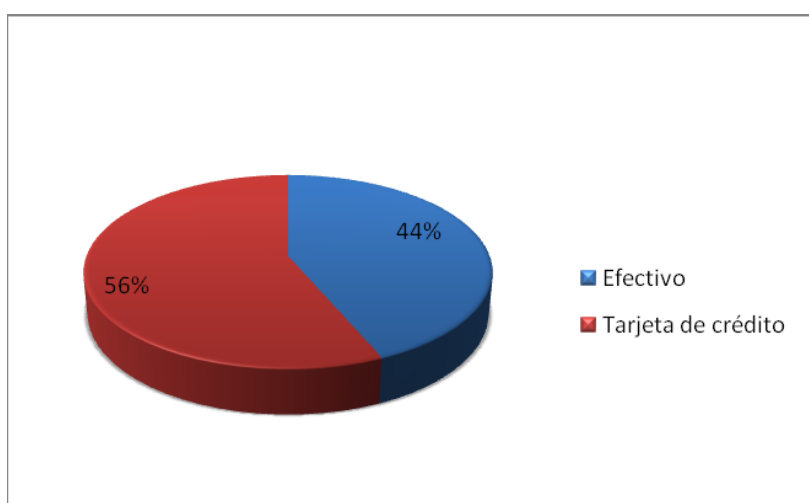


Gráfico 2.12 Representación forma de pago

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Interpretación: Con la información recolectada se puede concluir que la forma de pago de preferencia de los consumidores es la tarjeta de crédito.

De acuerdo al resultado obtenido en la encuesta, al momento de implementación del restaurante se deberá realizar diferentes convenios con las entidades emisoras de tarjetas de crédito, para brindarles facilidad de pago a los clientes futuros.

PREGUNTA 10: ¿Le gustaría que nuestro restaurante cuente con promociones?

Promociones	Número de personas	Porcentaje (%)
SI	364	95%
NO	20	5%
Numero de encuestas	384	100%

Tabla 2.16 Tabulación de promociones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

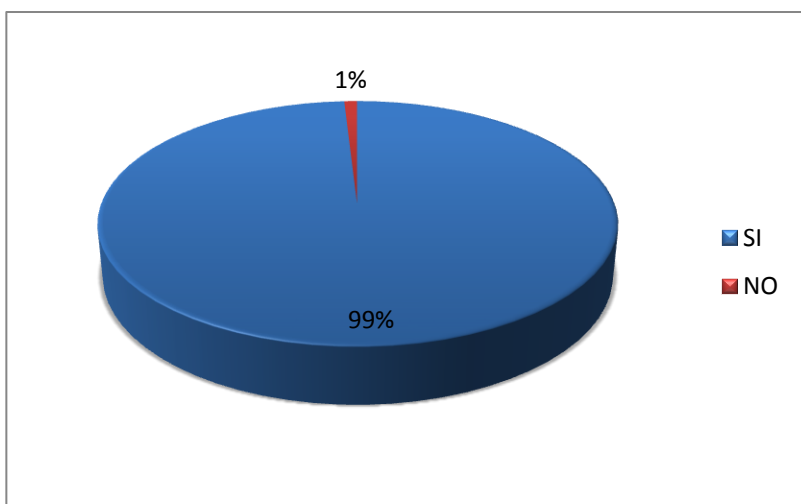


Gráfico 2.13 Representación de promociones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta se puede concluir que una política de promoción bien estructurada y con buenos beneficios sería una oportunidad para cautivar la mayor parte de personas que corresponden al mercado meta al que desea llegar.

PREGUNTA 11: ¿Qué tipo de promociones le gustaría que cuente nuestro Restaurante?

Tipo de promociones	Número de personas	Porcentaje (%)
Tarjeta VIP de descuento	96	25%
Promociones mensuales	123	32%
Plato fuerte gratis (Cumpleaños)	111	29%
Descuento especial para eventos	54	14%
Numero de encuestas	384	100%

Tabla 2.17 Tabulación de promociones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

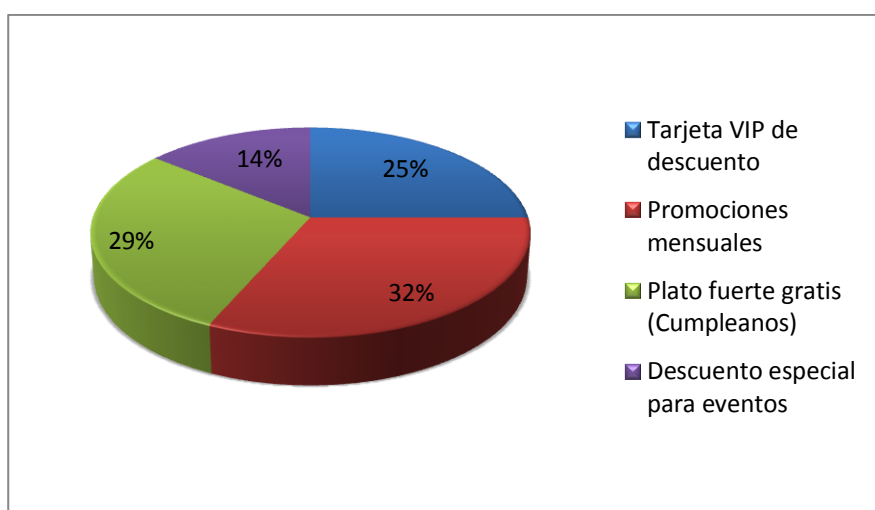


Gráfico 2.14 Representación tipo de promociones

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Análisis: Con la información recolectada en la investigación podemos concluir que las promociones con las que debería contar el restaurante de comida Japonesa son las promociones mensuales y entrega de un plato fuerte de parte de la casa a la persona que esté de cumpleaños.

Las promociones son uno de los valores agregados que al cliente le gusta recibir en ocasiones y que es un factor importante para cautivar a los clientes. La entrega de un plato fuerte en la fecha de cumpleaños permitirá sentirse, lo que permitirá que vuelva por segunda ocasión.

2.6 ANÁLISIS SITUACIONAL (EXTERNO)

2.6.1 ANÁLISIS PEST

El análisis PEST mide el mercado y el potencial de una empresa según factores externos, específicamente Políticos, Económicos, Sociales Tecnológicos. Es importante mencionar que la organización puede encontrar sus oportunidades o sus amenazas en alguna de las perspectivas antes mencionadas.

2.6.1.1 Factor Político

En la actualidad la situación política del Ecuador presenta una serie de amenazas para el sector empresarial; ya sea por la inestabilidad política interna, como las relaciones internacionales.

Es importante mencionar que mucho ha incidido en el ámbito político el enfrentamiento constante del gobierno con la prensa, y con los diferentes frentes económicos del país, lo cual ha provocado que las empresas extranjeras no inviertan en el Ecuador y empresarios nacionales se desalienten por las barreras que impone la corrupción; ocasionando el cierre de las empresas y la salida de capitales a los países vecinos, dejando a un lado proyectos empresariales que podrían generar empleo.

Como uno de los puntos positivos del gobierno actual es la asignación de recursos para los sectores de la salud, educación y viabilidad, que ayudará a que la población alcance mejores niveles de vida, presentando oportunidades de desarrollo para el sector productivo del país y esperando la reactivación de la economía.

Se han hecho progresos importantes hacia la educación primaria universal, la mejora de la calidad de educación y la eliminación de injusticias sociales en los centros educativos.

El Gobierno ha emitido políticas de Estado como ente protector de la población y ha desarrollado acciones encaminadas a garantizar la seguridad al ciudadano y visitantes extranjeros.

Las medidas adoptadas ayudarán por tanto a impulsar el crecimiento en el sector productivo y de servicios, eficiencia en trámites estatales, descentralización de funciones de las empresas públicas con el objetivo de mejorar la atención a la colectividad, asignación de recursos para préstamos a las pequeñas y medianas empresas, factores como apoyo a la empresa turística y de servicios (Restaurantes), incremento de vigilancia policial contra la delincuencia, entre otros, serán la base para un desarrollo económico.

2.6.1.2 Factor económico

En lo que se refiere al ámbito económico, al ser este proyecto la implementación de una microempresa, es importante mencionar que las Pequeñas y medianas empresas (Pymes) son la clave del crecimiento económico, esto gracias a su flexibilidad y capacidad para generar empleo.

A continuación se detallará las principales variables que determinan la situación económica del entorno:

- **PIB (Producto Interno Bruto)**

El PIB es la suma de toda la producción llevada a cabo en el país. Es el resultado del nivel de consumo, gasto público, inversión, exportaciones e importaciones que mantiene la economía en un periodo determinado de tiempo⁸.

Tomando en consideración la estimación del Banco Central del Ecuador mantiene una expectativa de crecimiento para el año 2012 del 5.35 % lo que corresponde a un PIB nominal de USD 71.625 millones de dólares.

La salida de capitales, el déficit en la Balanza Comercial del país y el incremento del gasto público (que traería mayor endeudamiento externo), podrían ser las causas para que el crecimiento se ubique en esos niveles.

⁸Diccionario de Economía, Diccionario de Economía, Tim Congdon Douglas McWilliams, EDICIONES GRIJALBO, SA

De esta manera pese a que se espera una desaceleración respecto al crecimiento observado en el 2011, la economía ecuatoriana continuará creciendo durante el 2012, a niveles similares al de los demás países de América Latina. Los riesgos que afronta la economía están planteados en el sector externo y en la salida eventual de capitales

Como se puede observar en el siguiente recuadro conforme a las cifras presentadas por el Banco Central es de 28.031 millones de dólares al 30 de Abril de 2012.

PRODUCTO INTERNO BRUTO	
Tasa de variación anual (USD 2000)	5,35%
PIB (millones USD 2000)	28.031,00
PIB per cápita (USD 2000)	1.920,00
PIB (millones USD corrientes)	71.625,00
PIB per cápita (USD corrientes)	4.905,00

Tabla 2.18 PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El autor

- **Inflación**

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.⁹

El Ecuador registro una inflación del 0.57% en Enero de 2012, frente a un aumento del 0,40% del pasado diciembre. De esta manera, la inflación acumulada se incremento a 0.57% durante el primer mes del año según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Cabe mencionar que, la inflación estuvo impulsada principalmente por el incremento en alimentos y bebidas no alcohólicas, comunicaciones, transportes y prendas de vestir y calzado.

⁹www.bce.ec , Pagina Web del Banco Central del Ecuador.

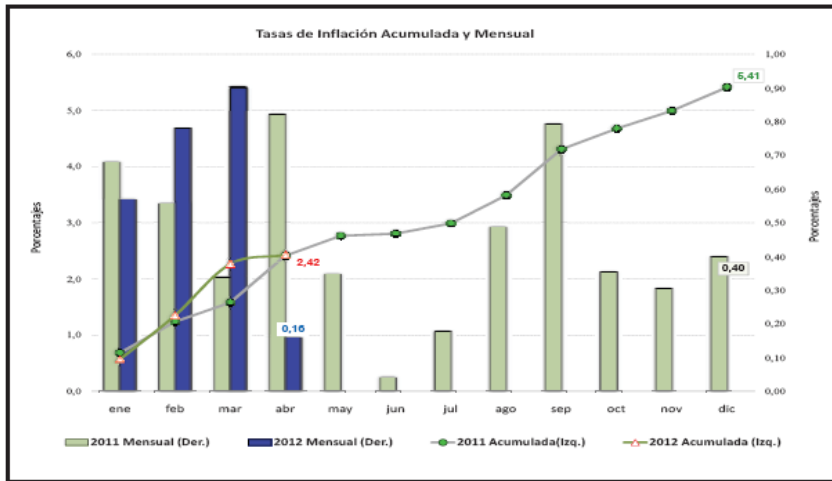


Gráfico 2.15 Gráfico de la Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El autor

Inflación mensual del IPC y por divisiones de consumo

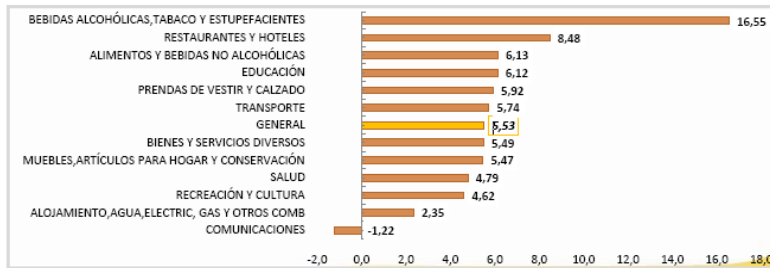


Gráfico 2.16 Gráfico de Inflación mensual del IPC y por divisiones de consumo

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201202.pdf>

Elaborado por: Dirección de Estadística Económica

De acuerdo a las cifras presentadas en los gráficos anteriores se puede concluir que el incremento de la materia prima (alimentos) ha ocasionado el incremento de la inflación en Restaurantes y Hoteles.

Por lo que estas cifras representan un punto crítico en la ejecución de este proyecto, debido a que un incremento de la materia prima ocasionará un aumento en los costos y por ende de los precios de venta al público de cada uno de los platillos.

- **Riesgo país**

El Riesgo País es un índice que mide la situación en que se encuentra un país en un momento determinado, un nivel bajo o alto dependerá de las condiciones económicas, sociales, políticas o incluso naturales y geográficas por las cuales esté atravesando el país en ese momento. Los cuatro índices medidos en este trabajo para la obtención del índice de Riesgo Global (IGR), son: Político, Económico, Solvencia y Liquidez.

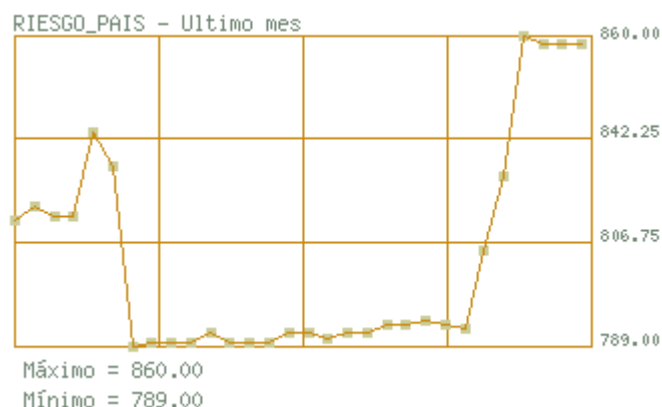


Grafico 2.17 Riesgo País Mayo 2012

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El autor

En los últimos tres meses, el Ecuador ha presentado un riesgo país promedio de 852 puntos básicos (8.52%), lo cual lo ubica como uno de los países con mayor riesgo en Latinoamérica, y por lo tanto como uno de los menos atractivos para los inversionistas. A continuación se puede observar los índices históricos y actuales de los principales países latinoamericanos:

Fecha	Diferencial de rendimientos del índice de bonos de mercados emergentes (EMBIG) / <i>Emerging Market Bond Index (EMBIG) Stripped Spread</i>							
	Perú	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Venezuela
<u>2012</u>								
Ene.	219	851	222	164	197	805	229	1207
Feb.	200	822	204	158	176	790	208	1037
Mar.	166	823	179	150	149	803	190	911
Abr.	164	967	186	159	147	805	190	984
May.	180	1089	212	168	173	850	211	1072
Jun.	188	1129	219	177	173	890	220	1145
Jul.	163	1090	202	168	151	857	188	1108
Ago.1 a 27	132	1038	169	141	128	809	166	1018

Fuente: Bloomberg, Reuters.

Si establecemos un comparativo con los demás países de Latinoamérica, que mantienen un grado atractivo de inversión, tales como Perú, Brasil, Chile, Colombia y México, podemos observar que mientras estos países deben incrementar un 1.5% en promedio a la rentabilidad del accionista; Ecuador debería incrementar un 8.5% sobre la misma rentabilidad.

Esto incide en la decisión de los inversionistas que desean ingresar capitales al país en los diferentes sectores productivos, e influye negativamente en los proyectos que se desean implementar, puesto que a mayor riesgo, las exigencias de rentabilidad son mayores, y por lo tanto menos viables.

- **Acceso al crédito**

El actual gobierno ha dado gran importancia al desarrollo de las Micro Empresas, es por dicha razón que a través de las instituciones financieras públicas que trabajan de manera directa con este sector, están brindando apoyo económico para su crecimiento con la asignación de créditos.

La **Corporación Financiera Nacional (CFN)**¹⁰ busca incrementar la cobertura geográfica y el volumen de operaciones dirigidas a solventar las necesidades de financiamiento de la microempresa. Actualmente, la institución está autorizada a brindar créditos como banca de primer piso, en esta área tiene un programa de crédito para la microempresa (CREDIMICRO) que otorga hasta montos de US\$ 25.000, a 6 años plazo, éstos créditos han acumulado desde 1998 un volumen de US\$ 82 millones repartidos en 38.325 beneficiarios finales¹¹.

2.6.1.3 Factor Social

- **Demografía**

La población de la República del Ecuador al año 2011 asciende a 14.483.500 habitantes, con la más alta densidad poblacional de América del Sur, teniendo 56.5 habitantes por km².

¹⁰www.cfn.com.ec

¹¹Información provista por la Dirección Nacional de Planificación y Estudios de la CFN.

A pesar que los ecuatorianos hace tan sólo un siglo se concentraban con más alta frecuencia en la región Sierra en los Andes, en la actualidad la población está dividida casi equitativamente entre Sierra y Costa.

- **Estilo de vida**

El idioma oficial y de relación intercultural es el idioma español, con sus peculiaridades y modismos propios de cada zona o región. El quichua, el shuar y las demás lenguas indígenas son reconocidos dentro de sus respectivas áreas de uso, el quichua es hablado y utilizado por el 5% de la población ecuatoriana.

La actividad comercial y los beneficios que brindan se ven también reflejados a nivel corporativo, las oportunidades del sector privado al desarrollar modelos de negocios que generen valor económico, ambiental y social, están reflejadas en el desarrollo de nuevas estructuras y edificaciones.

La ciudad de Quito cuenta con una gran cantidad de establecimientos gastronómicos (entre restaurantes, bares y cafeterías), los que ofrecen una gran diversidad de estilos culinarios. Desde los establecimientos reconocidos por su comida típica ecuatoriana hasta los sabores de las altas cocinas francesa, italiana, japonesa, estadounidense o argentina, estos últimos en menor cantidad.

La diversificación de restaurantes en la ciudad de Quito incide de manera positiva en el proyecto, ya que existe apertura para la implantación de establecimientos de comida internacional, pero el éxito del restaurante dependerá del énfasis que se emplee en la innovación del servicio y la idea que se desee brindar al cliente.

2.6.1.3 Factor Tecnológico

El ámbito tecnológico desde la historia ha sido usado para satisfacer necesidades esenciales como alimentación, vestimenta, vivienda, protección personal, relación social, comprensión del mundo natural y social, para obtener placeres corporales y

estéticos como deportes, música y como medios para satisfacer deseos como simbolización de estatus.

La Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología es la entidad del Gobierno dedicada a la innovación tecnológica.

El Ecuador destina cada año recursos correspondientes al 0.47% del Producto Interno Bruto (PIB) para ciencia y tecnología, mientras que países más desarrollados, como el Japón destina 3.1% del total del Producto Interno Bruto, en tanto que los Estados Unidos lo hace con el 2.7% y la comunidad Europea con el 1.9%.

En la actualidad el Gobierno se ha interesado por el desarrollo de las pequeñas empresas y por su industria en general, y uno de los ámbitos más importantes, es la innovación tecnológica de equipos de software y hardware que permiten mantener una comunicación directa con otros países, lo cual permitirá crecer en el ámbito internacional.

El incremento de la inversión para los diferentes sectores productivos puede ser una de las oportunidades para este proyecto, a través de la facilidad de importación de equipos que permitirán optimizar a la empresa recursos humanos y tiempo, para un mejor y eficiente servicio al cliente. Es por esta razón que ciertas empresas importadoras ofrecen gran variedad de equipos innovadores para facilitar y optimizar sus recursos.

2.7 SÍNTESIS FODA

“El Análisis FODA se enfoca en el estudio y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la Organización, así como también las Oportunidades y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo”²¹.

De esta manera, las fortalezas y debilidades, representan variables internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas y establecer algún cambio estratégico. Al contrario; las oportunidades y las amenazas son variables externas, y en general resulta muy compleja su modificación.

En conclusión y como estrategias de estabilidad para la empresa; las fortalezas deberán utilizarse en forma óptima, las oportunidades deben aprovecharse al 100%, las debilidades deberán ser eliminadas en su totalidad y las amenazas deberán evadirse.

De acuerdo a la investigación al ambiente externo e interno se puede concluir en el siguiente análisis FODA de este proyecto:

FORTALEZAS:

- Innovación en el servicio, debido a que en la ciudad de Quito no es común e implementado el servicio del carrito en el cual los productos se ofrezcan al público de esta manera, es decir brinde los diferentes platillos a vista de los clientes y ellos puedan elegir con mayor seguridad su pedido.
- Optimización de recursos humanos; se contratará un número mínimo de empleados, ya que el sistema ruso agiliza el pedido de los clientes. Optimización de tiempo de servicio; el cliente podrá elegir los platillos que se encuentran rotando en el carrito, para disminuir el tiempo de espera de cocción del pedido.
- Reducido inventario y optimización de desperdicios: esto debido a los menús limitados y a la porción de materia prima utilizada para la preparación de cada plato, por lo cual reduciremos costos y precios.
- La ubicación, el restaurante estará ubicado en un lugar estratégico, céntrico y de fácil acceso para todos los clientes.

OPORTUNIDADES:

- La existencia de pocos restaurantes que ofrezcan comida japonesa, los mismos que ofrecen sus productos a altos costos y por lo tanto no son muy conocidos.
- Tendencias de los consumidores a buscar nuevas experiencias y sensaciones en la comida: en lo que se refiere a encontrar restaurantes no convencionales, que brindan un estilo de atención diferente.
- Ventajas Nutritivas, la comida que se ofrecerá es una de las más saludables: rica en verduras, pescado y proteínas vegetales aportadas por la soya y las algas.

- Apoyo a la producción en el sector turístico, mediante el fácil acceso de préstamos a través de la CFN.
- El estatus de la población quiteña media alto y alto prefiere en los momentos libres salir a restaurantes y lugares de diversión.

DEBILIDADES

- Competencia posicionada, y gran participación en el mercado quiteño obligaran a este nuevo Restaurante invertir recursos en marketing y publicidad hasta darse a conocer.
- En vista de que el sector en el que va a estar ubicado tiene mucha afluencia vehicular, existe carencia de lugares de estacionamiento para comodidad de los clientes.
- Por ser un nuevo restaurante, mantiene poco poder de negociación con proveedores de materia prima e insumos, lo cual provoca incrementos de los costos.
- Falta de experiencia, por ser un restaurante nuevo.
- Equipos de cocina costosos, en lo que corresponde al mantenimiento y reposición de los mismos.

AMENAZAS

- Inestabilidad política, monetaria, y socio-económica: es una realidad la crisis que existe a nivel mundial y por supuesto a nivel del país, por lo que será necesario establecer estrategias de mercado adecuadas.
- Incremento de precios de la materia prima, insumos (alimentos y bebidas), mano de obra y servicios básicos, de acuerdo a las fluctuaciones de la inflación.
- Altos índices delincuenciales a pesar de los esfuerzos realizados por el gobierno de combatirlos.
- Las exigencias altas de rentabilidad por parte de los accionistas debido a los altos índices de riesgo país, podría provocar inestabilidad en la marcha del negocio, al no poder cumplir con las aspiraciones de los inversionistas.

- La inseguridad política que vive actualmente el país, que ocasionan inestabilidad por la emisión de nuevas normativas que deben cumplir las empresas, exigencias que pueden afectar considerablemente a las empresas que se encuentran iniciando su marcha.

2.8 ANALISIS DE LA DEMANDA

“Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”¹².

A través del análisis de la demanda se pretende cuantificar la cantidad de consumidores que están dispuestos a adquirir el servicio ofrecido, además también nos permitirá conocer la posibilidad de participación de nuestro negocio en el mercado.

El proyecto de factibilidad de la implementación de un restaurante de comida japonesa especializado en Sushi, que tiene origen en la ciudad de Quito, sector Quito Tennis, se crea con la perspectiva de satisfacer las necesidades de la demanda existente en este sector y de esta manera generar ingresos.

2.8.1 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

De acuerdo al segmento establecido, se puede determinar que la demanda del proyecto corresponde a la población compuesta por los habitantes de la ciudad de Quito Urbano con un nivel socioeconómico medio-alto y alto, cuya edad está entre los 18 y 65 años. Este segmento se lo conoce como el mercado meta y para el cual se debe implantar nuevas estrategias, para de esta manera lograr captar a la demanda insatisfecha actual, producida por la falta de un servicio con un valor agregado similar al propuesto en este proyecto, que satisfaga las necesidades de los consumidores.

Para identificar la demanda se puede utilizar diferentes fuentes como:

- Fuente primaria, a través de los métodos de investigación: observación, encuestas, entrevistas, etc.
- Fuente secundaria como datos históricos, estadísticas emitidas por organismos públicos (Ejemplo INEC, Ecuador en cifras, etc.).

¹² BACA, Gabriel U, “EVALUACIÓN DE PROYECTOS” McGraw-Hill, México 2001

2.8.2 ANLISIS DE DEMANDA PASADA

Para el análisis de la demanda pasada se tomará en cuenta el número de personas que pertenecen a la clase alta y media alta de la ciudad de Quito (urbano), comprendido en el rango de edad de 18 a 65 años. Este segmento se tomara en cuenta en este proyecto porque representa el mercado potencial del servicio a implementar.

Según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito la población y la PEA en el Cantón Quito para el periodo 2006 al 2010 es el siguiente:

AÑO	Población Urbana de Quito	PEA Quito	Clase Alta y Media Alta de Quito	% de Crecimiento
2006	1.539.907	751.931	297,294	-
2007	1.559.295	778.452	301,433	3,28%
2008	1.579.186	812.182	305,645	4,10%
2009	1.599.361	834.333	309,899	2,51%
2010	1.619.791	863.760	314,191	3,30%
Promedio				3,30%

Tabla 2.19 Análisis de la demanda pasada

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: El autor

2.8.3 ANALISIS DE LA DEMANDA PRESENTE

La demanda actual se analizará a través de la investigación de mercado que se hará respectivamente, para lo cual es necesario conocer la siguiente información:

- Cuáles son las razones por las que las personas deciden comer fuera de casa.
- Qué tipo de restaurantes suelen ir a visitar
- Cuáles son los días y en que horario asiste con más frecuencia a un restaurante
- Cuál es el precio promedio que está dispuesto a pagar cuando asiste a un restaurante.

2.8.3.1 Objetivo General

Definir el segmento al que estará dirigido el proyecto, así como conocer las preferencias y necesidades de nuestro mercado potencial

2.8.3.2 Determinación de la Demanda presente

El mercado potencial se calculará de acuerdo al porcentaje de personas que pertenecen a la clase media alta y alta de la ciudad de Quito, y corresponden a los rangos de edad de 18 a 65 años.

Considerando estas premisas se efectuó el cálculo enfocándose en las respuestas a las preguntas No. 1 y 2 de la encuesta; por tanto, al referir a una población o universo planteado para la investigación 249.703 habitantes y de acuerdo a los resultados de las encuestas se puede determinar que realmente hay una demanda por satisfacer alta, se conoce que según la Pregunta 1, de la encuesta realizada, existe un 51% de aceptación dentro de lo que es la población que tiene preferencias por la comida japonesa, esto es 127.348 personas aproximadamente. Este resultado comparado con el porcentaje alcanzado con respecto a la frecuencia de consumo establecerá la demanda anual. Al referir a la frecuencia de consumo de la población de este tipo de comida hemos tomado la pregunta No.2 de la encuesta donde refleja que el 38% de los encuestado estaría dispuesto a consumir una vez al mes, el 42% dos veces al mes, y el 15% tres veces al mes, más de cuatro veces al mes 5%; En síntesis y al agrupar estos parámetros:

Mercado potencial	249.702,00	
Aceptacion del servicio (%)	51%	
Poblacion Potencial	127.348,02	Total Demanda Anual
1 vez al mes (38%)	48.392,25	580.706,97
2 veces al mes (42%)	53.486,17	641.834,02
3 veces al mes (15%)	19.102,20	229.226,44
Mas de 4 veces al mes (5%)	6.367,40	76.408,81
Demanda Actual del Servicio	127.348,02	1.528.176,24

Tabla 2.20 Análisis Demanda Presente

Fuente: Encuesta elaborada

Elaborado por: El Autor

2.8.4 ANALISIS DE LA DEMANDA FUTURA

Para proyectar la demanda usualmente se aplican métodos tradicionales como: métodos de los mínimos cuadrados, medias móviles, método gráfico, regresión lineal, etc., y se implementará el método que más se ajuste al modelo.

En esta investigación se utilizará los datos de la población de la ciudad de Quito desde el año 2002; lo cual nos ayudará a realizar la proyección de los años 2012, 2013, 2014, a través del método de mínimos cuadrados a fin de llegar a conocer la demanda futura o proyectada.

	X	AREA	XY	X ²	Y ²
		URBANA			
2002	1	1.463.766	1.463.766	1	2.142.610.902.756
2003	2	1.482.447	2.964.894	4	2.197.649.107.809
2004	3	1.500.914	4.502.742	9	2.252.742.835.396
2005	4	1.519.964	6.079.856	16	2.310.290.561.296
2006	5	1.539.907	7.699.535	25	2.371.313.568.649
2007	6	1.559.295	9.355.770	36	2.431.400.897.025
2008	7	1.579.186	11.054.302	49	2.493.828.422.596
2009	8	1.599.361	12.794.888	64	2.557.955.608.321
2010	9	1.619.791	14.578.119	81	2.623.722.883.681
2011	10	1.615.187	16.151.871	100	2.608.829.493.150

Tabla 2.21 Análisis Demanda Proyectada

Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

Para el cálculo de la pendiente se debe realizar la siguiente fórmula matemática

$$Y = mx + b$$

Y: dependiente que corresponde a la demanda estimada.

X: es una función de los valores independiente, que son los años en los que se proyecta dicha demanda.

m: son coeficientes que corresponden a X.

b: es un valor constante.

A continuación se presenta las fórmulas que nos ayudaran a calcular las variables m y b:

$$m = \frac{n * \sum XY - \sum X \sum Y}{n * \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{\sum Y \sum X^2 - \sum X \sum XY}{n * \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

M	1.447.532,24
B	18.263,56

Demanda proyectada para los años 2012, 2013, 2014:

AÑO	PERIODO	POBLACION
2012	11	1.648.431,39
2013	12	1.666.694,95
2014	13	1.684.958,51

Tabla 2.22 Demanda Proyectada

Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

Tomando en cuenta la estimación del porcentaje de la población que corresponde a la clase media alta y alta de la ciudad de Quito corresponde al 24,9% y el 62,2% que corresponde a la población entre los rangos de edad de 18 a 65 años se puede obtener de acuerdo a cada uno la demanda futura.

AÑO	PERIODO	POBLACION	SEGMENTO ESTATUS SOCIAL MEDIO ALTO- ALTO	SEG. GRUPO 18 - 65 AÑOS	SEG. GUSTAN COMIDA JAPONESA
2012	11	1.648.431	410.459	255.305,76	130.205,94
2013	12	1.666.695	415.007	258.134,38	131.648,53
2014	13	1.684.959	419.555	260.963,00	133.091,13
2015	14	1.703.222	424.102	263.791,63	134.533,73
2016	15	1.721.486	428.650	266.620,25	135.976,33
2017	16	1.739.749	433.198	269.448,87	137.418,93

Tabla 2.23 Demanda Proyectada

Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

2.9 ANALISIS DE LA OFERTA

“La Oferta es el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a determinados precios”.

La ley de la oferta establece que ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor; es decir que la cantidad ofertada se incrementara ya que los productores del servicio tendrán un incentivo mayor para ofrecer el servicio en el mercado.

“Oferta como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

La oferta del restaurante de comida japonesa que se colocará en el mercado se basa en la función de los diferentes servicios, valores agregados, y el nivel de precios al cual se va a ofrecer a los clientes.

Es muy importante analizar la oferta del producto y servicio que se va a ofertar en el mercado, así como también determinar la capacidad que dispondrá el mismo y sus horarios, tomando en cuenta los precios de la competencia y de esta manera crear ventajas competitivas.

2.9.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Al no existir datos históricos en instituciones gubernamentales y privadas que facilitarían el cálculo de la oferta. La oferta se determinara de acuerdo al número de oferentes similares al tipo de servicio de nuestro proyecto en la ciudad de Quito, y la cantidad mensual y anual que estas ofertan, realizando una investigación se ha podido constatar:

Local	Tipo de comida:	Número de consumidores Diario:	Número de Consumidores Mensual	Número de consumidores Anual
Kanpai Restaurant	Japonesa	200	6000	72000
Sake Restaurant	Japonesa	200	6000	72000
Noe Sushi Bar	Japonesa	250	7500	90000

Tabla: 2.24 Participación de la competencia

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

El número de consumidores es estándar para todos los días de la semana, pues la investigación presentara una cantidad base mensual que se ha tomado en cuenta en este proyecto, para la participación del Restaurante en el mercado de servicios.

2.9.2 FACTORES QUE AFECTAN A LA OFERTA

Uno de los factores que puede darse en la oferta, es no tener una aceptable acogida en el mercado local, debido a la existencia de otros restaurantes; además del desconocimiento de mucha gente sobre las bondades de las materias primas con las que se prepara la comida japonesa.

El número de competidores que existen en la ciudad de Quito es también muy importante. Dentro de la provincia de Pichincha, este proyecto se ubicará en la ciudad de Quito en el sector del Quito Tennis, en los alrededores no se identificaron restaurantes con características similares al negocio. Pero hay que tomar en cuenta que existen 84 restaurantes similares a la idea del proyecto, los cuales se ha tomado en cuenta como la competencia, específicamente aquellos restaurantes que brindan comida Japonesa (Sushi).

2.9.3 OFERTA PASADA

La oferta actual o presente constituye la cantidad de bienes o servicios que pueden brindarse en el mercado, que para nuestro caso, la oferta es la disposición de mesas y platillos que se pone a disposición el mercado a un precio determinado.

En la actualidad la comida japonesa se ha convertido en uno de los servicios que ha mostrado un incremento en sus ventas debido a que los gustos y preferencias de las personas están cambiando a productos más nutritivos y sanos.

- **NOE**



Entre los principales restaurantes que podríamos nombrar como competencia directa para la implementación de nuestro negocio es Noe Sushi Bar, una restaurante que se creó gracias a la dedicación de un ecuatoriano cuyo sueño desde niño fue triunfar en el negocio gourmet.

En la actualidad este restaurante cuenta con 6 franquicias en la ciudad de Quito, de las cuales 5 se encuentran en el patio de comidas de los diferentes centros comerciales. Entre las principales características son:

Tipo de Cocina: japonesa

Ambiente: Japonés- moderno

Estilo: Casual

Carta de vinos: Completa con vinos ecuatorianos, chilenos, argentinos y españoles

Precio Promedio: \$25* No incluye IVA ni servicio

Franquicia: Centro comercial Iñaquito, Quicentro Shopping, San Luis Shopping.

- **KANPAI**



Tipo de comida: japonesa, tailandesa

Dirección: NNUU y República (Plaza de las Américas)

Sector: Quito – Norte

Precio promedio: \$18

Ambientes: Casual, informal

Kanpai es una restaurante que cuenta con servicio adicionales como entrega a domicilio, parqueadero vigilado, zona wi-fi, catering, happyhour, english speaker, menú infantil, shows en vivo, clases de cocina, entre otros servicios.

- **SAKE**



Tipo de comida: japonesa, fusión, bar

Dirección: Paul Rivet N30- 166 y Whympers. La paz

Sector: Quito-Norte

Precio promedio: \$ 23

Ambientes: Moderno, Lounge

2.10 PLAN DE MARKETING

2.10.1 PRODUCTO

El servicio que ofertará este proyecto será un Restaurante de comida Japonesa especializado en Sushi, este se ubicará en la ciudad de Quito y estará dirigido a las personas que quieran disfrutar y les guste conocer la cultura y tradición Japonesa, además podrán vivir una experiencia culinaria diferente e innovadora.

Este Restaurante contará con una variedad de ingredientes y una innovación constante de su menú, para de esta manera lograr la atracción del consumidor y que este sepa que es un Restaurante de Sushi moderno y de buena calidad.

Según su función, este servicio es un bien sustituto, debido a que el mercado de la ciudad de Quito por el momento está ocupado de una variedad de Restaurantes de Sushi, dispuestos a brindar un servicio de primera calidad que sea del agrado de los consumidores.

Al mismo tiempo se utilizará una variedad de productos, los mismos que diferenciarán la comida Japonesa y la harán novedosa a los ojos del consumidor. Se brindará una gran variedad de comida en el Restaurante de Sushi, como:

- Ensaladas
- Ensaladas Frías
- Sopas
- Entradas Calientes
- Rollos Tradicionales
- Rollos Especiales
- Sushi/ Sashimi
- Sushi Especial

- Nighiri
- Postres Tradicionales
- Variedad de vinos
- Cocktails

Esta variedad de platillos motivará a que el Restaurante sea más llamativo para los consumidores, además ofertará una variedad de productos que satisfaga los diferentes gustos y preferencias de nuestros clientes para que se sientan conformes y ansiosos de conocerlo.

El personal que se contratará en el restaurante será gente capacitada en el área de servicio y cocina japonesa, esto tiene como objetivo brindar atención personalizada y que satisfaga las necesidades y preferencias de los consumidores.

En este restaurante se dará mayor importancia y énfasis en el servicio a los clientes como:

- Ofrecer un servicio personalizado.
- El personal contratado tendrá la capacitación necesaria en el área de cocina japonesa y servicio.
- Optimización entre el tiempo de toma de pedido y entrega del plato, el tiempo de espera máximo será de 15 minutos.

2.10.2 PRECIO

El precio del servicio en promedio será de \$25 dólares estadounidenses por persona, este precio incluye la elección de un plato fuerte o el cliente puede elegir de la variedad de rollos que existirá en nuestro menú, incluyendo ensalada y bebida. Este servicio que se brindará, tendrá atención personalizada, un bocadillo de parte de la casa e incluye el valor de ICE.

Es muy importante recalcar que los precios del restaurante se establecieron en base a los costos de elaboración del producto, esto incluye los costos de materia prima, mano de obra y un rendimiento o utilidad que sería la ganancia.

2.10.3 PLAZA

“Plaza o canal de distribución, es el conjunto de personas y empresas que intervienen en el flujo de la propiedad de un producto, al pasar este del productor al consumidor final o al usuario industrial. Un canal incluye al fabricante, al consumidor final, y a los intermediarios que participan en el proceso”¹³

El restaurante al ser un servicio directo a los consumidores, tiene un canal de distribución de cero niveles, el cual se presenta a continuación:



Grafico 2.18 Canal de Marketing Directo
Fuente: Materia 10^{mo} Negocios Internacionales
Elaborado por: El autor

El canal de distribución es directo ya que el restaurante producirá y comercializará el producto sin ningún intermediario. Esto resulta muy beneficioso ya que el precio final de nuestros productos no se incrementará debido a la presencia de otro canal, lo cual representa una ventaja para nuestro negocio, es por esta razón que para optimizar el canal debemos conocer con anticipación quienes serán nuestros futuros proveedores de insumos, para de esta manera estudiar la mejor opción y realizar alianzas estratégicas.

Además el estudio de las diferentes propuestas de los posibles proveedores es muy importante ya que nos ayudará a tener conocimiento de que insumos podemos adquirir a cada uno de ellos, ya que de no contar con este producto la producción puede afectar seriamente al ingreso del negocio.

¹³Stanton – Etzel – Walter, "FUNDAMENTOS DE MARKETING" (2000)

PROVEEDORES		
INSUMOS	COMBRE EMPRESA	UBICACIÓN
OPCION 1		
Mariscos	Productos terranova	Quito - Ecuador
Condimentos	Casa Asiática	Mercado Iñaquito Quito-Ecuador
Verduras	Casa Asiática	Mercado Iñaquito Quito-Ecuador
Pollo	Supermaxi	Av. 12 de Octubre Quito-Ecuador
Carne	Supermaxi	Av. 12 de Octubre Quito-Ecuador
OPCION 2		
Mariscos	Ichiban S.A.	Av. Primavera 413 y Tercera, cuarta Guayas Guayaquil Ecuador
Condimentos	Casa Oriental	Mercado Iñaquito Quito-Ecuador
Verduras	Santa María	Sector Norte Quito- Ecuador
Pollo	Pronaca - Agropesa	Sector Sur Quito- Ecuador
Carne	Santa María	Sector Norte Quito- Ecuador

Tabla 2.25 Proveedores

Fuente: Investigación

Elaborado por: El autor

En el cuadro se puede observar las diferentes opciones de los principales proveedores que nos brindarían la materia prima necesaria para la elaboración de los diferentes platillos.

2.10.4 PROMOCION Y PUBLICIDAD

Promoción se refiere a todas las actividades que desarrolla una empresa para comunicar los méritos de sus productos y cuyo fin consiste en persuadir a los clientes para que compren.

2.10.4.1 Medios de comunicación

Para la puesta en escena y desempeño del restaurante se realizarán campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación, con el objetivo de que el restaurante sea conocido en la ciudad de Quito.

- **Página Web**

El restaurante de comida Japonesa contará con una página web, la cual proporcionará la información necesaria y detallada acerca de los servicios que se brindan, ubicación, horarios de atención, fotografías, precios, descripción y contenido de cada plato, así como también de las instalaciones y servicios adicionales que se brindará cada día.

- **Suscripción en Páginas Web**

La empresa se suscribirá a una página web www.restaurantes.com.ec, la misma que es una de las principales y más visitadas en el Ecuador, esta página tiene como objetivo dar a conocer la variedad de restaurantes más importantes de la ciudad de Quito

- **Suscripción en revistas**

Además la empresa se suscribirá en las principales revistas como: Pacificard, Diners, Menú express, Tavola, entre otras; las mismas que circulan mensualmente en la ciudad de Quito. A partir del segundo año de funcionamiento se elaborará una revista propia del Restaurante.

2.10.4.2 Promoción

La promoción de ventas será de acción selectiva, debido a que está dirigida a la Provincia de Pichincha especialmente al sector norte de la ciudad de Quito.

En la etapa de lanzamiento de nuestro servicio, para estimular la demanda se realizará a través de:

- Promociones mensuales,
- En el caso de que algún cliente cumpla años, se le obsequiará un platillo de nuestro menú.
- Se entregará una tarjeta VIP a clientes frecuentes

En lo que corresponde a Relaciones Públicas se realizará lo siguiente:

- Participación en ferias de comida gourmet
- Boletín informativo semestral en el que se publicarán las promociones que ofrece el restaurante así como los precios de los menús.

2.10.4.3 Sugerencias a largo plazo

Es muy importante determinar las diferentes acciones que se debe realizar a largo plazo en el tema de promoción y publicidad del restaurante para de esta manera cautivar mayor número de consumidores.

Publicidad y promoción: se emitirá Tarjetas VIP, dirigidos a ejecutivos de mandos medios y altos. Los beneficios de la tarjeta serán los siguientes: se puede obtener un 10% de descuento en todos los consumos durante los primeros 6 meses.

Medios de comunicación: se remitirá volantes a través de los estados de cuenta de los socios de las principales y más utilizadas tarjetas de crédito (Diners, Visa y MasterCard)

CAPITULO III

3. ESTUDIO TECNICO

3.1 OBJETIVO DE ESTUDIO TECNICO

El objetivo del estudio técnico es verificar la factibilidad técnica de la prestación del servicio que pretende realizar este proyecto. Además, se analizará y determinará el tamaño óptimo, localización, la inversión necesaria y la organización que requiere la implementación del servicio.

Es muy importante resolver las siguientes preguntas:

- Dónde se implementará el restaurante?
- Cuánto se debe producir?
- Cuándo se brindará el servicio?
- Cómo lo brindaremos?
- Con qué se producirá lo que se desea?

3.2 DESCRIPCION DEL RESTAURANTE

El restaurante de comida japonesa contará con un espacio amplio para sus instalaciones que estarán divididas por áreas, entre las principales las siguientes:

La cocina comprenderá un lugar amplio en el que se pueda instalar todas las maquinarias necesarias para su funcionamiento y optimización de espacio y recursos.

La barra estará ubicada en la parte delantera de la cocina y contará con una banda giratoria que tiene como objetivo optimizar personal y tiempo para aquellas personas que estarían dispuestas a elegir este sitio para su permanencia en el restaurante.

Área de negocios, debido a gustos y preferencias del consumidor se ha asignado un espacio exclusivo dentro del restaurante para clientes que acuden a citas de negocios.

En el salón grande se ubicarán mesas para 2, 4 y 8 personas, para implementar el servicio ruso, que consiste en llevar los platillos ya elaborados desde la cocina a vista de los clientes a través de un carrito. Este servicio se implementará como un valor agregado novedoso para el mercado potencial y además para optimizar el número de personas que brindarán la atención personalizada a los clientes,

La decoración del restaurante será un estilo típico japonés, y además se instalará una pecera con especies típicas de Japón para llamar la atención del cliente y armonizar el ambiente del local.

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

Se conoce como “Tamaño de una planta o empresa a la capacidad instalada de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo. Es decir, volumen, peso, valor, o unidades de producto elaborados por año, mes, días por turnos y horas, etc.”¹⁴

Al analizar el tamaño del proyecto lo más importante es el cumplimiento y determinación de las metas; es decir los niveles de producción que se deberá implementar, los inventarios y la orden de pedidos pendientes de la materia prima.

Otra meta importante a cumplir será la optimización de la utilización de recursos e instalaciones, esto nos ayudará a evitar tiempos muertos en los procesos y eliminar desperdicios de la materia prima que ocasionen un incremento en los costos de producción.

3.4 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

Los factores determinantes son los que permiten conocer el tamaño real del proyecto a través del desglose de parámetros como el mercado, disponibilidad de insumos, mano de obra, financiamiento, acceso a tecnología; entre otros.

¹⁴ KOCH Josefina, “MANUAL DEL EMPRESARIO EXITOSO”.

3.4.1 TAMAÑO DEL MERCADO

“La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño del mercado. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior a dicho mercado”¹⁵.

El mercado que se va a definir para el restaurante de comida japonesa especializado en sushi, se ha establecido al número de habitantes de la ciudad de Quito, que corresponden a la clase media alta y alta de la ciudad de Quito entre los 18 y 65 años, es decir la cantidad de consumidores determinara la capacidad máxima de producción.

3.4.2 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA E INSUMOS

La disponibilidad de mano de obra se determinará de acuerdo a nuestra producción máxima, se requiere que los chefs sean altamente capacitados, con 1 año de experiencia en comida japonesa o de similares características. El chef principal será quien gestione los tiempos de ocupación de sus ayudantes y personal auxiliar de cocina, de acuerdo a la cantidad de consumidores que asistan al restaurante.

Se realizará convenios con las universidades prestigiosas en Gastronomía, para contratar a los Chef calificados, que cuenten con las cualidades requeridas en nuestro perfil.

La materia prima se la puede encontrar en el Mercado Municipal Ñaquito, al norte de la ciudad de Quito, en este lugar existen dos tiendas: Casa Asiática y Casa Oriental, las cuales ofrecen a sus consumidores una variedad de artículos como salsas, harinas, especias, algas, etc.

Además para los restaurante de comida Japonesa en el Ecuador quien es uno de los proveedores más importantes en el mercado nacional de pescado fresco, algas, mariscos crudos, jengibre, etc., es la empresa Japonesa Ichiban, ubicada en la ciudad de Guayaquil y Sakana en Manta.

3.4.3 DISPONIBILIDAD DE TECNOLOGIA

Para realizar una planeación eficiente de financiamiento del proyecto, se debe tomar en cuenta el costo del dinero y el rendimiento que se puede adquirir a través del tiempo.

¹⁵ BACA URBINA, Gabriel, “EVALUACIÓN DE PROYECTOS” (Tercera Edición), Editorial McGraw-Hill

Se contará con recursos propios y recursos de terceros como son las instituciones financieras entre las cuales encontramos mutualistas, bancos, cooperativas, corporaciones entre otras, las cuales presentan diferentes alternativas para la adquisición de un préstamo. Además se puede realizar los trámites para obtener un porcentaje de financiamiento a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), la misma que proporciona la facilidad de acceso a préstamos de inversión para emprendedores y pequeños empresarios, para incentivar la inversión nacional.

En el caso de nuestro Restaurante no se requiere de maquinaria y equipos de alta tecnología, debido a que los procesos de producción del producto son de fácil realización y los implementos que se requieren son artículos manuales; por lo cual los costos en inversión de tecnología no son elevados.

3.4.4 DETERMINACION DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA

Previamente a la determinación del tamaño óptimo del proyecto, es importante detallar el significado de la capacidad diseñada; la misma que “corresponde a la capacidad técnica máxima tolerable de producción o prestación de servicio, y puede eventualmente superar a la capacidad instalada, lo que significa que en situaciones de excepción se puede trabajar con sobrecarga”¹⁶

Por lo que es necesario realizar un análisis previo a la determinación de la capacidad de producción o prestación del servicio que se tendrá como base la información histórica sobre la tendencia de consumo referente a este tipo de restaurantes. De esta manera se hará referencia al nivel de producción existente para el restaurante de comida Japonesa especializado en Sushi.

3.4.5 CAPACIDAD DISEÑADA DEL RESTAURANTE

El restaurante contará con 16 mesas, de las cuales 12 con capacidad de 4 asientos, y 4 con 2 asientos, además que en la barra se ubicarán 10 asientos para las personas que acudan al restaurante sin compañía; obteniendo una capacidad total de 66 personas. Si

¹⁶<http://docs.google.com/>

realizamos un análisis al tiempo de ocupación de cada mesa, podemos determinar un tiempo máximo de 1 hora y media mesa, si se les da 30 minutos más para que se vuelva a ocupar la mesa, entonces se está hablando de una rotación de 2 horas por cada mesa.

Tomando en cuenta, que el horario de atención del restaurante será de 11h00 a 16h00 para el almuerzo y de 18h00 a 23h00 en la noche, para la cena, de lunes a domingo, se estaría atendiendo al público un total de 8 horas diarias.

3.4.5.1 Rotación de clientes

Partiendo del hecho que el restaurante tendrá dos horarios de atención al público es importante detallar la rotación de los clientes de acuerdo a cada horario.

Descripción	Escenario	11:00 - 16:00	18:00 - 23:00
12 mesas de 4 asientos	Optimista	2,00	1,50
	Pesimista	1,00	0,67
10 mesas de 2 asientos	Optimista	2,10	1,50
	Pesimista	0,80	0,60
Barra 10 asientos	Optimista	1,60	1,40
	Pesimista	0,60	0,50

Tabla 3.1 Rotación de clientes
Fuente: Investigación propia
Autor: Diana Flores

Con el siguiente cuadro se puede concluir que en el horario de la mañana (11:00 – 16:00) se tendrá mayor rotación de clientes debido a la ubicación del restaurante, al servicio que brinda y al mercado potencial que se espera obtener.

3.4.6 CAPITAL DISPONIBLE

Otro factor muy importante al determinar el tamaño del proyecto son los recursos financieros que se requiere para cubrir con el monto necesario de la inversión, a continuación se detallara la composición del capital social:

Accionistas	Monto Capital
Socio 1	15.000
Socio 2	15.000
Socio 3	15.000
TOTAL	45.000

Tabla 3.2 Capital disponible
Fuente: Investigación propia
Autor: Diana Flores

3.5 LOCALIZACION DEL PROYECTO

La localización del proyecto consiste en la identificación del lugar óptimo para la instalación del mismo, es muy importante que se tome en cuenta algunos factores importantes que serán el soporte para la toma de decisión del lugar específico de la planta. La determinación de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización donde se elige la región o zona más atractiva para la implementación del proyecto y el de micro localización, que determina el lugar específico.

3.5.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará dentro de la provincia de Pichincha, en el cantón Quito, dentro del Distrito Metropolitano de Quito, sector en donde se ubica la mayor cantidad de nuestro mercado meta.



Grafico 3.1 Provincia de Pichincha

Fuente: <http://www.google.com/imgres?imgurl=http://www.aecid.ec/espana/oce/html/provincias/Pichincha/pichincha.jpg&>

Elaborado por: El autor

3.5.2 MICRO LOCALIZACIÓN

La infraestructura del Restaurante, se ubicará en el sector de la calle Whimper y Av. La Coruña. Este barrio cuenta con un cubrimiento del 100% en los servicios públicos, como son energía, agua y alcantarillado, gas natural teléfono y recolección de basura.



Grafico 3.2 Mapa del sector Oriental

Fuente: www.googlemaps.com

Elaborado por: El autor

3.5.2.1 Factores de determinación de la localización

Uno de los factores más importantes para escoger este punto de ubicación, se recalca que el sector del local es muy concurrido y conocido por el mercado quiteño, por lo cual se espera que el restaurante obtenga gran aceptación por los clientes. Como criterios adicionales para la selección del lugar en que se va a llevar a cabo este proyecto se detalla las más importantes como el área de parqueadero existente en este sector, las personas que habitan o transitan por dicho barrio, debido a que gracias a sus estilos de vida, es notorio que gustan de ambientes donde encuentren cultura, comida y bebidas, entretenimiento de primera clase por lo tanto con la creación del Restaurante se busca que estas personas tengan un sitio con todas estas alternativas de entretenimiento diferente al del que están acostumbradas.

Otro aspecto importante es la seguridad del sector, debido a que es una gran zona residencial, la mayoría de conjuntos cuentan con vigilancia privada y esto hace que no solo los clientes, sino empleados y propietarios se sientan tranquilos en este lugar.

Es importante mencionar que el sector en donde se implementara el restaurante es en una zona céntrica, y estratégica debido a que a su alrededor se ubican gran parte del parque empresarial de la ciudad de Quito.

3.5.2.2 Transporte

La ciudad de Quito cuenta con una amplia gama de línea de transporte que facilitan la movilización en especial de los moradores del sector de la González Suárez donde se instalará el proyecto, de igual forma la ciudad cuenta con vías de acceso que permiten la comunicación ya sea de los clientes potenciales como con las fuentes de abastecimiento necesarias para el funcionamiento del negocio.

Es decir este factor resulta de vital importancia para establecer la ubicación óptima del proyecto ya que éste genera la cadena de abastecimiento no solamente de los insumos necesarios para el funcionamiento de la empresa sino del factor clave para que el negocio funcione en este caso son los clientes.

3.5.2.3 Cercanía a las fuentes de abastecimientos

Nuestras fuentes de abastecimiento se encuentran también ubicadas en el sector Norte de Quito cercanas a la ubicación del negocio tales como:

- Mariscos: Productos Terranova

Dirección: Av. 12 de Octubre

- Condimentos: Nan Young Chul

Dirección: Casa asiática Mercado Iñaquito

- Verduras 1. Nan Young Chul

Dirección: Casa asiática Mercado Iñaquito Puesto Quito

- Carnes Supermaxi

Dirección: Av. 12 de Octubre

3.5.2.4 Disponibilidad de servicios básicos

Al encontrarse nuestro proyecto en el sector de la González Suárez en la ciudad de Quito, podemos contar con todos los servicios básicos necesarios para el funcionamiento eficiente del restaurante, es decir cuenta con los servicios de agua, luz y teléfono.

3.6 INGENIERIA DEL PROYECTO

“Ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva”¹⁷.

¹⁷ BACA URBINA, Gabriel, “EVALUACIÓN DE PROYECTOS” (Tercera Edición), Editorial McGraw-Hill

3.6.1 DESCRIPCION TECNICA

3.6.1.1 Conceptualización

El concepto global de nuestro proyecto reúne una serie de factores funcionales debido a que se brindará dos servicios como:

Restaurante: “Se comprende todos los establecimientos cualquiera que sea su denominación que sirvan al público mediante un precio, bebidas y comidas para ser consumidas en un mismo local”¹⁸.

Bar: Comprender a aquellos establecimientos que por un precio brindan al público toda clase de bebidas, por el sistema de copas o tragos, y además cuentan adicionalmente con una variedad de bocaditos.

Servicio: un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.

3.6.1.2 Tipo de servicio

El tipo de servicio del restaurante es completo, ya que brindaremos un menú amplio que constará con una variedad de comida como Sushi (Especialidad), carnes, sopas, postres; y además en el horario nocturno estaría a disposición de los consumidores nuestra variedad de bebidas en la parte del bar.

Además se implementará en lo que corresponde el servicio que se le brinda al cliente dentro del restaurante será el servicio a la Rusa

El servicio a la rusa consiste en que los platillos se presentan en fuentes desde la cocina, listos para servirse por el lado izquierdo directamente a la mesa. Una variante de este servicio, que se asemeja al servicio francés, consiste en que las aves y los pescados se muestran al comensal antes de cortarlos, pero el mesero se encarga de servirlos. Los platos sucios se retiran por el lado derecho.

Los alimentos se traen de la cocina en porciones en el coche de servicio, y se sirve al comensal lo que este desee, y lo presenta a cada persona por el lado izquierdo sirviendo con la mano derecha la porción que le corresponde, usando pinzas o cuchara y tenedor

¹⁸<http://www.blogdecocina.com/temas-del-mundo-de-la-hosteleria/concepto-de-restaurante.php>

de servicio para colocar la ración en el plato individual. Este servicio requiere de personal capacitado en el mismo¹⁹.

El servicio se basa en que el mesero lleve los platillos preparados en el área de cocina en un carrito de servicio a vista de todos los comensales, y vayan adquiriendo de acuerdo a sus preferencias el platillo elegido.

3.6.1.3 Especialidad

La especialidad de la casa será el Sushi, con un sabor tradicional de la comida japonesa, rodeado en un entorno de la cultura Japonesa.

3.6.1.4 Ambiente del restaurante

Dentro del ambiente del restaurante tenemos cuatro factores muy importantes, y los cuales nos ayudará a brindar a los posibles consumidores la tendencia de la cultura japonesa; tales como:

La decoración del local: el restaurante contará con televisores LED que proveerán de una programación de contenidos visuales aptos para nuestros consumidores metas, contaremos con una pasera mediana en la cual se exhibirá diferentes especies marinas de origen japonés, además de adornos lujosos con relación a la cultura japonesa.

Música: en lo que corresponde a la programación musical se dividió en dos secciones por la mañana y tarde, se determinará estilos que armonicen el entorno, orientados a familias, parejas, adultos jóvenes y gente de negocios y en la noche para la sección del bar se brindará un estilo moderno y acorde al ánimo de las personas.

Uniformes de empleados: los empleados, así como el chef y sus ayudantes desfilarán con trajes elegantes de la cultura japonesa como son los kimonos, en el caso de hombres y mujeres.

¹⁹Administración de comedor y bar, María del Carmen Morfin Herrera

Área japonesa: además el local dispondrá de un área novedosa en la cual, las mesas serán muy bajas y en lugar de asientos se ubicara cojines, brindando un ambiente de relajación.

3.7 EQUIPAMIENTO

En lo que se refiere al equipamiento del restaurante debe contar con una variedad de maquinarias y utensilios que le ayudarán a la preparación eficiente y rápida de los diferentes platillos.

3.8 INFRAESTRUCTURA FISICA

Para la implementación del restaurante se toma en cuenta una instalación de dos pisos, donde se distribuirá las diferentes áreas que se necesitan para lograr la funcionalidad óptima de todos los procesos de servicio al cliente y a su vez cumplir con las normas de infraestructura establecidas.

3.8.1 CAPACIDAD INSTALADA POR METROS CUADRADOS

COCINA

Diseño/Posición	Estructurado por	Tamaño
En la primera planta se ubicará la cocina, con un área amplia.	<ul style="list-style-type: none"> - Cocina - Congeladora - Utensilios - Zona de lavado - Cocina fría 	29,50 m ²

Tabla 3.3 Descripción área de cocina

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

RECEPCION

Diseño/Posición	Estructurado por	Tamaño
En la primera planta se ubicara el área de recepción.	<ul style="list-style-type: none">- Escritorio moderno.- Máquina registradora- Computadora- FAX	14, 90 m ²

Tabla 3.4 Descripción del área de recepción

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

PARQUEADERO AL AIRE LIBRE

Diseño/Posición	Estructurado por	Tamaño
En la parte de adelante del local, se ubicara un área amplia de parqueaderos, y además contara con guardia de seguridad	Una caceta para el guardia de seguridad.	55 m ²

Tabla3.5 Descripción área de parqueadero

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

BARRA

Diseño/Posición	Estructurado por	Tamaño
Delante de la cocina	<ul style="list-style-type: none">1 mesón largo y alto10 sillas para los consumidores1 Mostrador de alimentos frescos, para visualizar la habilidad del chef1 Banda giratoria	14,50 m ²

Tabla3.6 Descripción área de barra

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

AREA DE COMEDOR

Diseño/Posición	Estructurado por	Tamaño
Zona alrededor de la barra	Mesas Sillas	73,5 m ²

Tabla 3.7 Descripción área comedor

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

AREA DE NEGOCIOS

Diseño/Posición	Estructurado por	Tamaño
Zona apartada del salón principal	Mesas Sillas	17 m ²

Tabla 3.8 Descripción área de negocios

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

BAÑOS

Diseño/Posición	Estructurado por	Tamaño
Junto al comedor	Baños mujeres Baños hombres Lavamanos Expendedor de papel higiénico	Baño de hombres 7 m ² Baño de mujeres 9,50 m ²

Tabla 3.9 Descripción área baños

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

BODEGA

Diseño/Posición	Estructurado por	Tamaño
Junto a la cocina	Mueble para almacenar los suministros Basurero grande	1,50 m2

Tabla 3.10 Descripción área de bodega

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

3.8.2 DISEÑO DE LA PLANTA

3.8.2.1 *Diseño de la planta baja*

ANEXO 2

3.8.2.2 *Diseño de la planta alta*

ANEXO 3

3.8.2.3 *Diseño de la entrada*

ANEXO 4

3.8.3 PROCESOS OPERATIVOS

3.8.3.1 *Descripción del proceso*

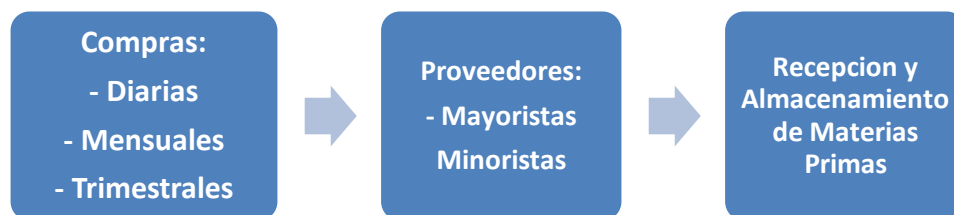
“Proceso es un conjunto de actividades vinculadas que toman una entrada (input) y lo transforma para crear un resultado (output). Idealmente, la transformación que ocurre en el proceso debería añadir valor a la entrada y crear un resultado que es más útil y efectivo al receptor”²⁰

²⁰JOHANSSON H.J. “Reingeniería de Procesos” (1993).

3.8.3.2 Identificación de procesos

Para determinar los diferentes procesos es necesario tomar en cuenta varios factores que afectarían directamente a los mismos:

- Libro de recetas: se incluirá la descripción de los diferentes ingredientes que se requiere para la elaboración de cada platillo, utensilios a utilizar y el tiempo de demora.
- Ciclo de compras: detallará la rotación y el tiempo que se empleara en realizar el pedido de materia prima tomando en cuenta su tiempo de expiración, considerando que la materia prima debe ser de alta calidad. En el siguiente cuadro se detallara el ciclo de compras desde su adquisición y culmina con el almacenamiento de la misma.



3.8.3.3 Proceso para atención al cliente

El proceso de atención al cliente, consta de los siguientes pasos:

- Recepción del cliente al restaurante
- Mesero se acerca y ofrece la ubicación disponible dentro del restaurante (la ubicación de los clientes se la realizara de acuerdo a sus preferencias).
- Posteriormente a la ubicación del cliente.
- El mesero entrega toallas húmedas a los clientes y después de unos minutos las retira
- El mesero trae las bebidas escogidas por los clientes
- El mesero pasa con el carrito para la elección de los platillos
- Posterior anota su pedido en la hoja de menú

- Los clientes se sirven los platillos
- Al terminar de comer los clientes, viene el asistente del chef encargado de la mesa, quien retira los platos y pregunta si desea algún postre.
- El mesero solicita la cuenta en la caja para entregar al cliente.
- El mesero trae la cuenta
- El mesero recibe el dinero o tarjeta de crédito y entrega en la caja
- El mesero entrega la factura, junto con el cambio al cliente o el Boucher para la firma.
- El cliente se retira del restaurante

3.8.3.4 Proceso para la elaboración del menú

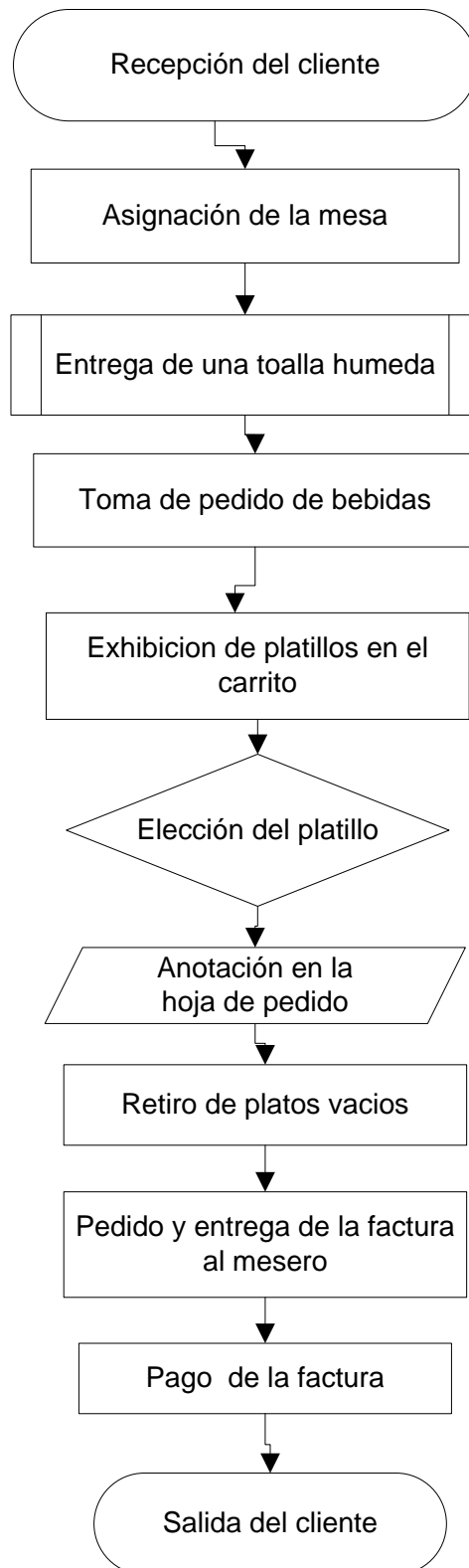
El proceso para la elaboración del producto, consta de los siguientes pasos:

- El Chef realiza la adquisición de la materia prima de acuerdo al libro de recetas
- El asistente del chef entrega los materiales e insumos en la Cocina.
- El Chef revisa y clasifica los materiales e insumos
- Los materiales e insumos son almacenados por el asistente de Chef
- El auxiliar contabiliza materiales e insumos, y realiza un informe.
- El Informe es entregado al administrador.
- Una vez que los alimentos han sido almacenados, el Cocinero pre-procesa dichos alimentos, para la elaboración de los platillos
- En caso de necesitar materiales y/o utensilios serán requeridos mediante una orden de pedidos y materiales por los Chefs o por sus asistentes.
- Preparación de los platillos estrellas
- Selección de la materia prima
- Cocción y preparación de alimentos
- Entrega al mesero encargado del carrito, quien anotara los platillos entregados a disposición de los clientes

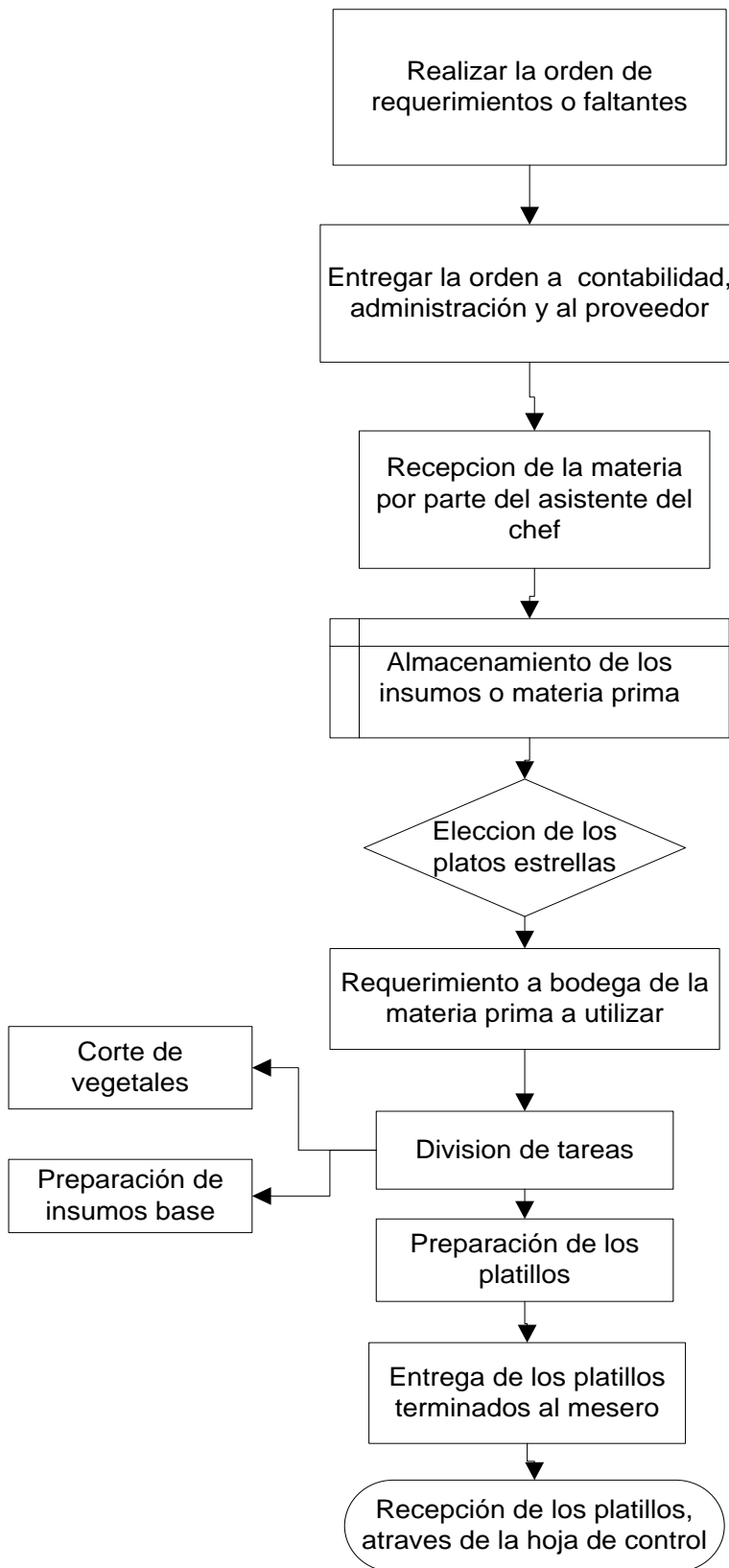
3.8.4 DIAGRAMA DE FLUJO

Los diagramas de flujo permiten conocer al detalle las actividades necesarias para la elaboración de los productos (bebidas y alimentos), y el servicio como, los tiempos en que se incurre desde la entrada del cliente hasta el pago de la factura.

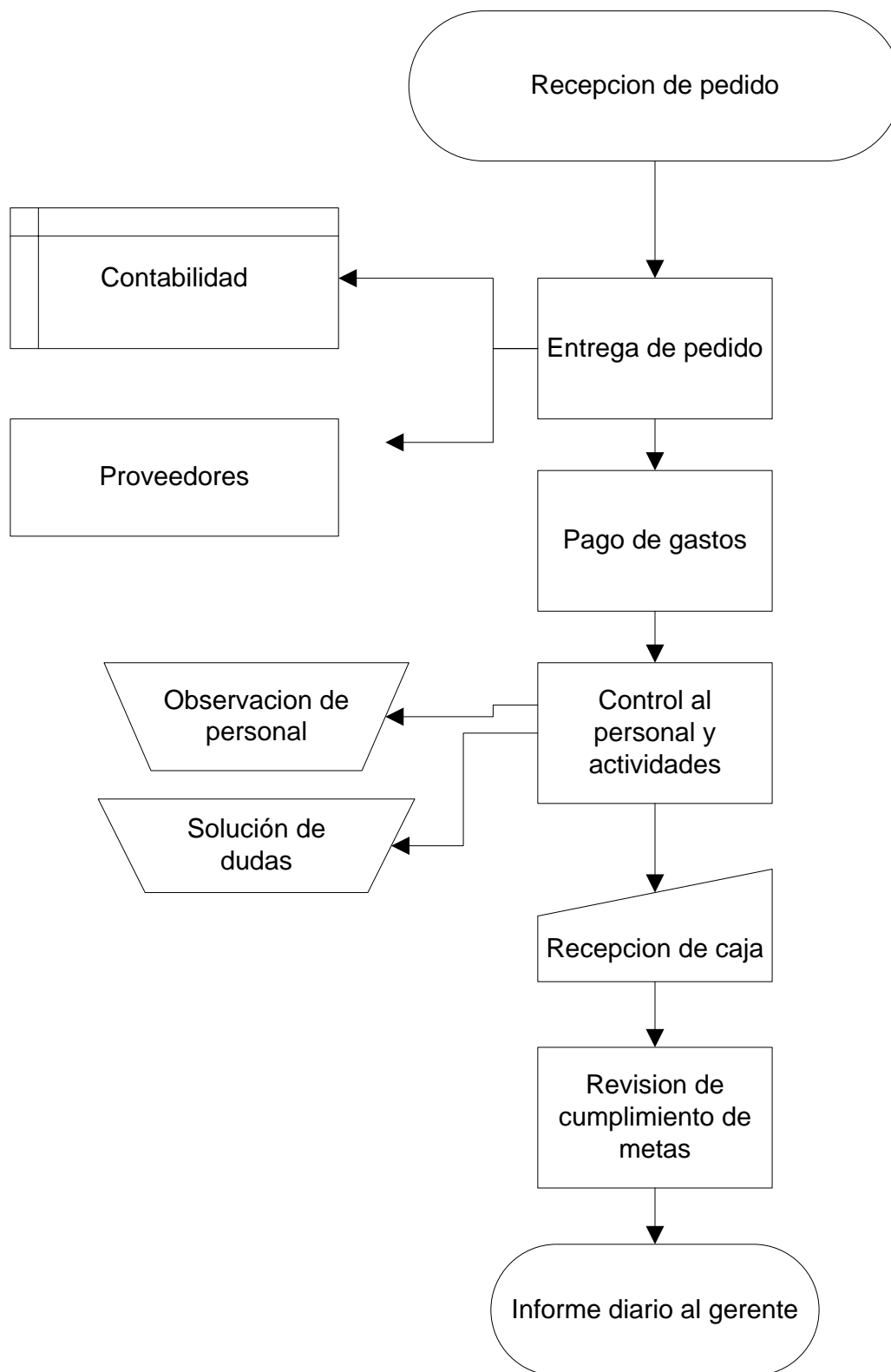
3.8.4.2 Servicio al cliente



3.8.4.3 Producción



3.8.4.3 Administración



3.8.5 OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO Y REQUERIMIENTO DE RECURSOS

La optimización del proceso productivo y requerimiento de recursos serán definidos en función de la calidad de producción que tenga el restaurante, considerando la planificación de ventas diarias establecida.

3.8.5.2 Requerimiento suministros

A continuación se detallará los requerimientos necesarios para la instalación de un restaurante de comida japonesa, los cuales se encuentran divididos por área.

COCINA

Cantidad	Descripción	Grafico
1	<p>Cocina Industrial: Construidas en acero inoxidable, con estructura de alta resistencia.</p> <p>Incluye 6 quemadores</p>	
1	<p>Plancha: plancha industrial con control termostático. Unidades de piso o mesa.</p>	
1	<p>Refrigeradora y Congelador Industrial: Exterior en acero inoxidable o lámina pintada, pueden ser mixtos, un cuerpo refrigerante y el otro congelante</p>	

<p>1</p>	<p>Licuada semi-industrial:</p> <p>Capacidad de 64 oz. Sirve también para bebidas helada</p>	
<p>1</p>	<p>Batidora pequeña: batidora mezcladora con dos peroles (40 y 20 litros) con todos sus accesorios: pala, gancho y batidor. 20 velocidades con variador electrónico, protección de seguridad.</p>	
<p>1</p>	<p>Balanza electrónica</p>	
<p>1</p>	<p>Vitrina para sushi, 1.3 Cu Ft.</p>	
<p>1</p>	<p>Horno microonda</p>	
<p>1</p>	<p>Extractor</p>	

Tabla 3.11 Requerimientos Equipos de cocina

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

UTENSILIOS DE COCINA

CANTIDAD	DESCRIPCION
2	Sarten Steel Coat 30,5 cm
2	Cuchillos de chef
2	Cuchillo deshuesador
2	Cuchillo fileteador
1	Pelador de papas protor silex
5	Esterilla para sushi
6	Fuente para arroz
2	Juegos de cucharas medidoras
4	Espatula 6 prof plast
5	Cucharas de madera
3	Tablas para picar
1	Tijera profesional
2	Olla de acero inoxidable 12
2	Olla de acero inoxidable 24
8	Recipientes mediadios de porcelana
3	Extinguidores
2	Tachos de basura
1	Estanteria grande de acero para vajilla
4	Condimentadores
2	Tanques de gas industrial
1	Cuchillo para decorar
2	Wok con mango de bambu
2	Pailas para freir
2	Cocteleras
2	Medidores de 1 galon

Tabla 3.12 Requerimientos utensillos de cocina

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

VAJILLA

Cantidad	Descripción
89	Plato principal
89	Plato hondo
89	Plato postre
89	Plato steak

Tabla 3.13 Requerimientos de Vajilla

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

CUBERTERIA

Cantidad	Descripcion
68	Tenedor
68	Cuchara
68	Tenedor mediano
68	Cuchara pequena
68	Cuchillo
68	Cuchara especial
89	Palillos desechables para sushi

Tabla 3.14 Requerimientos de cubertería

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

CRISTALERÍA

Cantidad	Descripcion
70	Copa de Conag
70	Copa de vino
70	Copa de Champagne
70	Copa de agua
120	Vasos

Tabla3.15 Requerimientos de cristalería

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

BODEGA

Otros suministros

Cantidad	Descripcion
89	Toallas
1	Carrito de limpieza
2	Pala metalica
2	Escoba

Tabla 3.16 Requerimientos de bodega

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

Uniformes

Cantidad	Descripcion
2	Kimonos para mujer
2	Camisas
2	Pantalones

Tabla 3.17 Requerimientos de uniformes

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

SALON GENERAL

Muebles y enseres

Cantidad	Descripcion
2	Mesa del Chef
12	Muebles para cocina
16	Mesas
56	Sillas
10	Taburetes
1	Banda giratoria

Tabla 3.18 Requerimientos de Muebles y enseres

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

CAJA

Muebles y enseres

CANTIDAD	DESCRIPCION
1	Escritorio
2	Silla de escritorio

Tabla 3.19 Requerimientos de muebles y oficina de caja

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

Equipo de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCION
1	Computadora Hp
1	Caja registradora Samsung ER350
1	LCD Samsung de 32''
1	Fax KX-FP 205 PANASONIC
1	Impresora CANON
1	Teléfono CD1401B/57 PHILLIPS

Tabla 3.20 Requerimientos de Equipo de Oficina

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

3.8.5.3 Requerimiento de insumos

Los insumos requeridos están en función de la demanda diaria promedio establecida de 203 personas, dando un porcentaje de ventas de los platillos conforme se indica en la siguiente ilustración:

NUMERO DE PLATOS A PRODUCIR DE ACUERDO A LA CAPACIDAD DIARIA		
DESCRIPCION	PORCENTAJE	CAPACIDAD
ENSALADA Y ENTRADAS	15%	42
SOPAS	5%	14
SUSHI (ROLLOS, SASHIMI, NIGIRI)	55%	155
TERIYAKI	15%	42
BEBIDAS Y POSTRES	10%	29
TOTAL	100%	282

Tabla 3.21 Capacidad de producción diaria

Fuente: Investigación de propia

Autor: Diana Flores

De acuerdo a la estimación se ha calculado que el número de platos que se va a producir diariamente y anualmente:

PLATOS	% Consumo	Numero de platos a producirse diario	Numero de platos a producirse anualmente
ENSALADAS Y ENTRADAS			
ENSALADA DE PEPINO JAPONES	1,88%	5	1800
WAKAME SUNOMONO	1,88%	5	1800
SASHIMI SALAD	1,88%	5	1800
AGUEDASHITOFU	1,88%	5	1800
NARUTO MAKI	1,88%	5	1800
CALAMARES RELLENOS CON LANGOSTINOS EN AMADARE	1,88%	5	1800
HOT CHILI TEMPURA	1,88%	6	2160
AGUEDOFU	1,87%	6	2160
TOTAL	15,00%	42	15120

Tabla 3.22 Capacidad de producción Ensaladas y Entradas

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

SOPAS	% Consumo	Numero de platos a producirse diario	Numero de platos a producirse anualmente
MISOSHIRU	2,50%	7	2520
MISORAMEN	2,50%	7	2520
TOTAL	5%	14	5040

Tabla 3.23 Capacidad de producción Sopas

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

ROLLOS, SASHIMI, NIGUIRIS	% Consumo	Numero de platos a producirse diario	Numero de platos a producirse anualmente
SAKE MAKI	4%	11	3960
FURAI MAKI	4%	11	3960
CALIFORNIA ROLL	4%	11	3960
MAKI EMPERADOR	4%	11	3960
FILADELFIA ROLL	4%	11	3960
TEKA MAKI	4%	11	3960
SASHIMI DE ATUN	4%	11	3960
SASHIMI DE SALMON	4%	11	3960
SASHIMI MORIAWASE	3%	10	3600
SASHIMI DE LANGOSTINO	4%	10	3600
NIGUIRI DE SALMON	4%	10	3600
CALIFORNIA NIGUIRI	3%	9	3240
NIGUIRI DE ATUN	3%	10	3600
NIGUIRI DE ANGUILA DE MAR	3%	9	3240
NIGUIRI DE MERO	3%	9	3240
TOTAL	55%	155	55800

Tabla 3.24 Capacidad de Producción Rollos, Sashimi, Niguiris

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

TERIYAKI	% Consumo	Numero de platos a producirse diario	Numero de platos a producirse anualmente
TORINO TERIYAKI	4,00%	11	3960
SALMON AL TERIYAKI	4,00%	11	3960
SAKANNA NO ANKAKE	4,00%	10	3600
TSUKUNE	4,00%	10	3600
TOTAL	15%	42	15120

Tabla 3.25 Capacidad de Producción Teriyaki

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

BEBIDAS Y POSTRES	% Consumo	Numero de platos a producirse diario	Numero de platos a producirse anualmente
BEBIDAS	7%	15	5400
POSTRES	3%	14	5040
TOTAL	10%	29	7392

Tabla 3.26 Capacidad de Producción Bebidas y postres

Fuente: Investigación de campo

Autor Diana Flores

Los insumos requeridos fueron calculados de acuerdo a los ingredientes necesarios para la preparación de cada uno de los platos que conforman el menú.

De acuerdo a cada platillo se requiere las siguientes cantidades de insumos, que se definen como los costos de materia prima.

ENSALADAS Y ENTRADAS	DETALLE DEL INSUMO	Costo diario	Costo mensual	Costo Anual
	Pepino japonés	4,40	123,20	1.478,40
	Aceite de ajonjolí	5,00	140,00	1.680,00
	Zumo de kion	1,80	50,40	604,80
	Sake	5,00	140,00	1.680,00
	Ajo molido	0,90	25,20	302,40
	Sal	0,18	5,04	60,48
	Shichimitogarashi	1,05	29,40	352,80
	Ajonjolí blanco tostado	1,00	28,00	336,00
	Wakame	7,00	196,00	2.352,00
	Hondashi	1,75	49,00	588,00
	Azúcar	0,83	23,32	279,89
	Calamar	7,75	217,00	2.604,00
	Langostinos	16,77	469,56	5.634,72
	Pescado blanco	3,94	110,32	1.323,84
	Shogu	8,70	243,60	2.923,20
	Vinagre blanco	1,05	29,40	352,80
	Perejil crespo picado	0,50	14,00	168,00
	Nabo japonés	3,80	106,40	1.276,80
	Zanahoria	1,06	29,68	356,16
Palta	1,62	45,36	544,32	
TOTAL	74,10	2.074,88	24.898,61	

Tabla 3.27 Requerimiento de materia prima Ensaladas y entradas

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

SOPAS	DETALLE DEL INSUMO	Costo diario	Costo mensual	Costo Anual
	Tofu	7,50	210,00	2.520,00
	Agua	2,50	70,00	840,00
	Miso	3,90	109,20	1.310,40
	Hondashi	1,75	49,00	588,00
	Shogu	4,35	121,80	1.461,60
	Sake	5,00	140,00	1.680,00
	Chives	1,74	48,72	584,64
	Fideos de ramen	4,80	134,40	1.612,80
	Misoshiru	3,90	109,20	1.310,40
	Ajonjolí negro tostado	1,25	35,00	420,00
	TOTAL	36,69	1.027,32	12.327,84

Tabla 3.28 Requerimiento de materia prima Sopas

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

ROLLOS	DETALLE DEL INSUMO	Costo diario	Costo mensual	Costo Anual
	Nori	15,00	420,00	5.040,00
	Arroz para sushi	26,00	728,00	8.736,00
	Wasabi	7,25	203,00	2.436,00
	Salmon	8,93	250,04	3.000,48
	Shogu	8,70	243,60	2.923,20
	Queso crema	3,40	95,20	1.142,40
	Bastones de palta	4,86	136,08	1.632,96
	Trucha ahumada	8,75	245,00	2.940,00
	Harina sin preparar	2,04	57,12	685,44
	Huevo	2,00	56,00	672,00
	Panko	5,25	147,00	1.764,00
	Aceite vegetal	5,22	146,16	1.753,92
	Ajonjolí blanco tostado	1,00	28,00	336,00
	Ajonjolí negro tostado	1,00	28,00	336,00
	Colas de langostinos	16,77	469,56	5.634,72
	Salsa de anguila	12,84	359,52	4.314,24
	Mazago	3,80	106,40	1.276,80
	Salmon ahumado	30,00	840,00	10.080,00
	Atún fresco	10,00	280,00	3.360,00
TOTAL	172,81	4.838,68	58.064,16	

Tabla 3.29 Requerimiento de materia prima Rollos

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

SASHIMI	DETALLE DEL INSUMO	Costo diario	Costo mensual	Costo Anual
	Filete de atún	30,00	840,00	10.080,00
	Nabo japonés	5,70	159,60	1.915,20
	Pepino japonés	4,40	123,20	1.478,40
	Wasabi	2,90	81,20	974,40
	Kion encurtido	0,90	25,20	302,40
	Shogu	4,35	121,80	1.461,60
	Filete de salmón	12,50	350,00	4.200,00
	Gari	1,63	45,64	547,68
	Langostinos	8,40	235,20	2.822,40
	Filete de lenguado	15,40	431,20	5.174,40
	Filete de chita	17,50	490,00	5.880,00
	Tentáculos de pulpo	8,20	229,60	2.755,20
	TOTAL	111,88	3.132,64	37.591,68

Tabla 3.30 Requerimiento de materia prima Sashimi
Fuente: Investigación de campo
Autor Diana Flores

NIGUIRI	DETALLE DEL INSUMO	Costo diario	Costo mensual	Costo Anual
	Salmon fresco (Parte cola)	35,70	999,60	11.995,20
	Wasabi	7,25	203,00	2.436,00
	Arroz para sushi	26,00	728,00	8.736,00
	Shogu	17,40	487,20	5.846,40
	Pepino japonés	2,20	61,60	739,20
	Queso crema	1,70	47,60	571,20
	Langostino para Niguiuri	8,40	235,20	2.822,40
	Hoja de nori	3,50	98,00	1.176,00
	Gari	3,25	91,00	1.092,00
	Atún fresco	10,00	280,00	3.360,00
	Agua	0,75	21,00	252,00
	Sake o vino blanco	4,44	124,32	1.491,84
	Azúcar	1,66	46,48	557,76
	Hondashi	3,50	98,00	1.176,00
	Filetes de anguila	13,00	364,00	4.368,00
	Ajonjolí blanco tostado	2,00	56,00	672,00
	Mero			
	TOTAL	140,75	3.941,00	47.292,00

Tabla 3.31 Requerimiento de materia prima Niguiuri
Fuente: Investigación de campo
Autor: Diana Flores

TERIYAKI	DETALLE DEL INSUMO	Costo diario	Costo mensual	Costo Anual
	Salmon entero fresco cortado en medallones	17,85	499,80	5.997,60
	Aceite vegetal	5,22	146,16	1.753,92
	Sake	10,00	280,00	3.360,00
	Cabeza de kion	3,60	100,80	1.209,60
	Maicena	2,35	65,80	789,60
	Salsa Shogu	8,70	243,60	2.923,20
	Botella de vino dulce	10,00	280,00	3.360,00
	Azucar	4,17	116,62	1.399,44
	Repollo blanco	1,40	39,20	470,40
	Zanahoria rallada	2,12	59,36	712,32
	pepino rallado	4,40	123,20	1.478,40
	Bolsita de fideo mai fan frito	12,00	336,00	4.032,00
	Pechuga y pierna deshuesada de pollo	18,20	509,60	6.115,20
	cebollas picadas	2,20	61,60	739,20
	Mirin	11,00	308,00	3.696,00
	Huevos	2,43	67,90	814,80
	Cebollas chinas	3,48	97,44	1.169,28
	Salsa de ostión	20,00	560,00	6.720,00
	Aceite de ajonjolí	5,00	140,00	1.680,00
	Fondo de pescado	7,00	196,00	2.352,00
	Pimiento	2,94	82,32	987,84
	Zucchini	7,20	201,60	2.419,20
	Shitakes hidratados	3,20	89,60	1.075,20
	Filete de pescado blanco	4,99	139,72	1.676,64
	Harina sin preparar	1,02	28,56	342,72
Frejol chino	6,90	193,20	2.318,40	
Holantao	3,30	92,40	1.108,80	
Chuño	3,60	100,80	1.209,60	
Ajonjoli blanco tostado	2,00	56,00	672,00	
Arroz Blanco	8,80	246,40	2.956,80	
TOTAL	195,06	5.461,68	65.540,16	

Tabla 3.32 Requerimiento materia prima Teriyaki

Fuente: Investigación de Campo

Autor: Diana Flores

JUGOS	DETALLE DEL INSUMO	Costo diario	Costo mensual	Costo Anual
	Pulpa de naranja	6,09	170,52	2.046,24
	Pulga de tomate de árbol	5,10	142,80	1.713,60
	Pulpa de piña	6,90	193,20	2.318,40
	Pulpa de frutilla	7,05	197,40	2.368,80
	Pulpa de naranjilla	5,70	159,60	1.915,20
	Pulpa de mora	5,82	162,96	1.955,52
	Pulpa de guanábana	6,96	194,88	2.338,56
	Nestea	4,00	112,00	1.344,00
	Galones de agua	33,60	940,80	11.289,60
	Azúcar Valdez	8,33	233,24	2.798,88
	Total	89,55	2.507,40	30.088,80

Tabla 3.33 Requerimiento de materia prima Jugos

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

3.8.5.4 Requerimientos de uniformes

El Restaurante dotará de uniformes a cada uno de los empleados de acuerdo a la función que desempeñen. El uso del uniforme es obligatorio, y el deber del empleado será de mantener el uniforme limpio y en buen estado para brindar una buena imagen a los clientes.


UNIFORME DEL CHEF	
<p>Chaqueta manga 3/4 , pantalon color negro con bolsillos laterales.</p> <p>Para: Alta cocina, para restaurante orientales.</p> <p>Colores: Blanco y negro.</p> <p>Accesorio: gorro de color negro</p>	
Cantidad de uniformes	1
Cantidad de accesorios	1
TOTAL	\$50,00

Tabla 3.34 Requerimiento Uniforme de Chef

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

<p>UNIFORME AUXILIAR DE COCINA</p> <p>Chaqueta de manga larga, botones color blanco y filo color negro. Pantalón color negro.</p> <p>Para: auxiliares del chef</p> <p>Colores: Blanco y negro</p> <p>Talla: M-L</p>	
<p>Cantidad Uniformes</p>	<p>2</p>
<p>Cantidad Accesorios</p>	<p>2</p>
<p>Total</p>	<p>70,00</p>

Tabla 3.35 Requerimiento Uniforme Auxiliar de cocina

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores


<p>UNIFORME MESERO, BARMAN Y SUPERVISOR</p> <p>Camisa cruzada de manga 3/4, y pantalón con bolsillos.</p> <p>Para: mesero, barman y supervisor</p> <p>Tallas: L, XL.</p>	
<p>Cantidad de uniformes</p>	<p>3</p>
<p>Total</p>	<p>\$105</p>

Tabla 3.36 Requerimiento Uniforme Mesero, Barman y supervisor

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores


<p style="text-align: center;">UNIFORME GUARDIA DE SEGURIDAD</p> <p>Camisa de manga larga color celeste, chaqueta de sin manga color azul, pantalón azul con bolsillos laterales.</p> <p>Para: Guardia de seguridad</p> <p>Talla: L</p>	
Cantidad de uniformes	1
Total	\$45,00

Tabla 3.37 Requerimiento Uniforme Guardia de Seguridad

Fuente: Investigación propia

Autor: Diana Flores

CAPITULO IV

4. ESTUDIO LEGAL Y REQUISITOS DE APERTURA

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional del restaurante de comida japonesa especializada en Sushi estará conformada con la cantidad de personal necesario, con el objetivo de brindar un excelente servicio a los clientes y un funcionamiento óptimo del negocio.

4.1.1 NOMBRE O RAZON SOCIAL

La razón social de la empresa con la que se registrará en la Superintendencia de Compañías es NAGASAKI CIA. LTDA.

El nombre que se rotulará al restaurante es NAGASAKI.

4.1.1.1 Logotipo



BAR - RESTAURANTE

Este será el logotipo de la empresa

- **Negro:** es el color de la elegancia supone la renuncia a la pompa y al deseo de llamar la atención. También es un color que refleja poder y formalidad.

El negro contrasta muy bien con los colores brillantes. Combinado con colores vivos y poderosos como el rojo, produce un efecto agresivo y vigoroso, por eso se utiliza como fondo cuando se quiere destacar el resto de los colores.

“El negro es la quintaesencia de la simplicidad y la elegancia”

- **Rojo:** es un color omnipresente en la publicidad. Es el color de la pasión y del amor, pero también del fuego; es el color cálido por excelencia que llama la atención de la mayoría de las personas

El rojo con el negro representan el peligro y lo prohibido.

- **Blanco:** es el color que representa la pureza, la luz, la inocencia y la bondad. Se le considera el color de la perfección. Por lo mismo se puede utilizar en muchísimos tipos de productos y servicios.

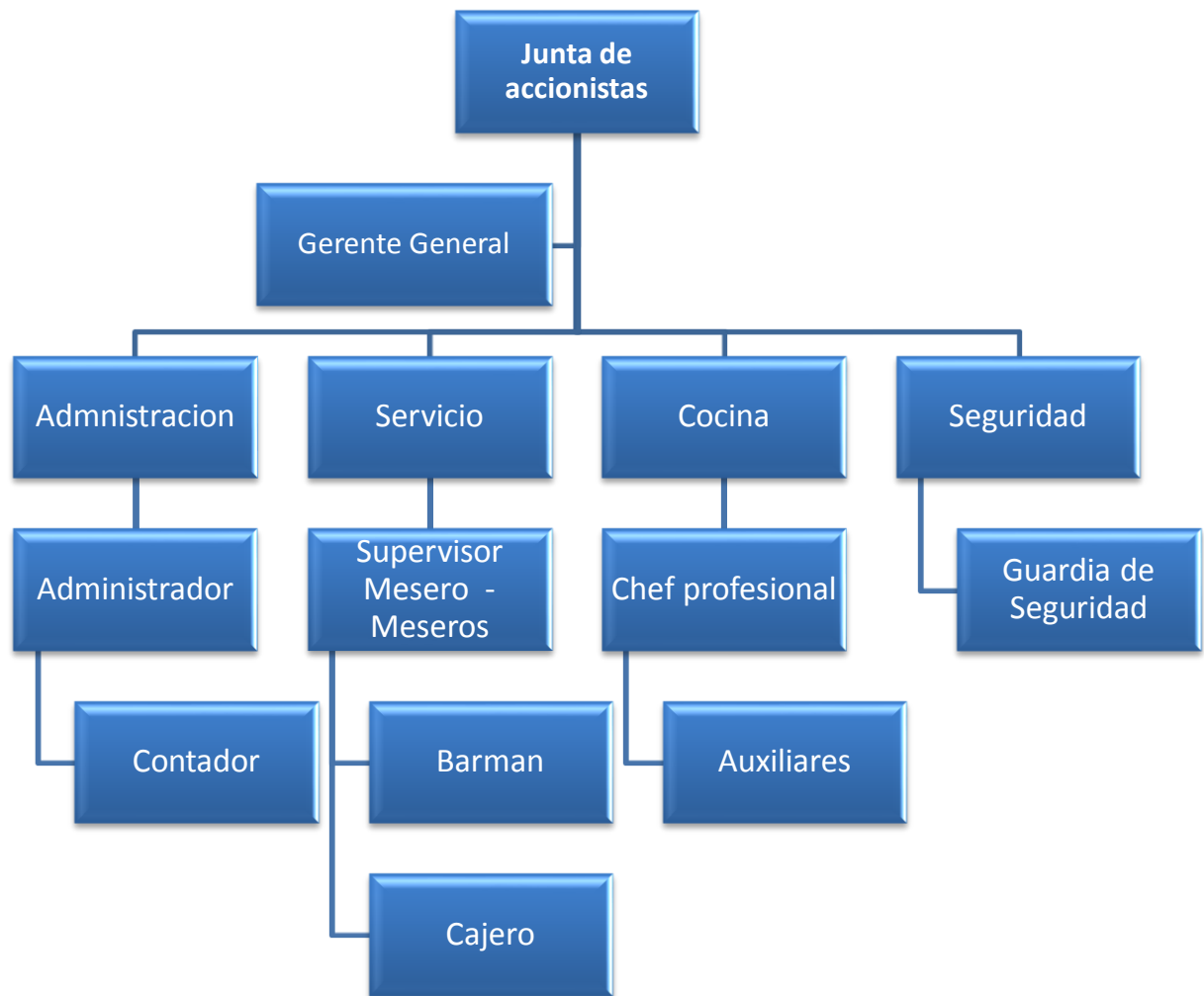
Además es un color que se asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de la nieve

4.1.1.2 Slogan

“El arte de la comida japonesa”

Este slogan se seleccionó por el servicio que ofrecerá el restaurante, debido a que su objetivo principal es el de brindar a los clientes una experiencia japonesa a través del arte culinaria, y también de la vestimenta típica de Japón que lucirá el personal del salón.

4.1.2 ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL



4.1.3 FUNCIONES POR PUESTO DE TRABAJO

4.1.3.1 Juntas de accionistas

La junta de accionistas es el órgano principal de la empresa y quien se encarga de la toma de decisiones de la misma, la cual estará conformada por los socios que conforman la compañía.

Las principales funciones a su cargo son las siguientes:

- Toma de decisiones de la empresa
- Administrar la organización

- Elaboración del reglamento y normas internas de la compañía
- Fijación del sistema de remuneración a empleados
- Determinar la estructura organizacional de la compañía
- Evaluar y controlar el eficiente funcionamiento del negocio.
- Controlar las actividades del personal de la empresa

4.1.3.2 Gerente General

El Gerente General es una persona seleccionada por la Junta de Accionistas y está encargada de dirigir, ejercer la autoridad sobre el personal que conforma la compañía y presentar informes del funcionamiento de la empresa a la Junta de Accionistas.

Las principales funciones del Gerente General:

- Toma de decisiones apropiadas para la organización
- Revisión y control de los Estados financieros
- Revisión y control de cumplimiento de objetivos y metas
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes de la compañía
- Establecer estrategias para el crecimiento de la empresa.
- Supervisar y dirigir las actividades de la empresa.

4.1.3.3 Administrador

El Administrador es el encargado de supervisar todas las actividades que realiza la compañía, en lo que corresponde al desempeño del personal, el manejo de proveedores, la adquisición de materia prima, pagos servicios básicos, entre otras.

Las principales funciones del Administrador:

- Búsqueda y selección de proveedores
- Adquisición, aprobación y control de las compras realizadas
- Supervisión y manejo del personal de la compañía
- Control del servicio ofrecido y verificación de un trato amable a los clientes
- Solución de problemas que se puedan presentar en el restaurante por parte del personal
- Atender las dudas y sugerencias de los clientes
- Presentar informes del funcionamiento de la compañía al Gerente General.

4.1.3.4 Contador

El contador es la persona encargada de realizar todas las actividades contables de la compañía y supervisar el desenvolvimiento económico de la misma. Este servicio se tercerizará para optimizar costos.

Las principales funciones del Contador:

- Emitir los Estados Financieros
- Elaboración de las retenciones a personas naturales
- Manejo de ingresos y gastos del restaurante
- Cumplimiento de las normas establecidas por el organismo de control.
- Manejo de relaciones bancarias e instituciones financieras de tarjetas de crédito
- Elaboración de informe de distribución de dividendos
- Informe de evolución económica y solvencia de la empresa.

4.1.3.5 Supervisor mesero

El supervisor es la persona encargada de controlar que los meseros realicen de manera eficiente sus actividades y además verificar que los clientes reciban un trato amable por parte del personal.

Las principales funciones del supervisor:

- Recibir a los clientes del restaurante y designarles una mesa de acuerdo a sus preferencias.
- Organización y designación de tareas a los meseros
- Verificar el trato de los meseros a los clientes
- Colaborar con las tareas de los meseros.
- Brindar satisfacción al cliente y control que el personal a su cargo sea cordial, amable y respetuoso.

Además también deberá cumplir con las funciones del mesero:

- Atención amable y personalizada a los clientes
- Anotación del pedido, para su posterior facturación.
- Otorgar la factura en el momento que el cliente la solicite
- Limpieza del local antes y después de la apertura.

4.1.3.6 Meseros

Los meseros son las personas que se encargan de brindar el servicio a los clientes y atender sus necesidades.

Las principales funciones de los meseros:

- Atención amable y personalizada a los clientes

- Anotación del pedido, para su posterior facturación.
- Otorgar la factura en el momento que el cliente la solicite
- Limpieza del local antes y después de la apertura.

4.1.3.7 Barman

Barman es la persona que tiene a su cargo todas las actividades del bar.

Las principales funciones del Barman:

- Preparación de bebidas solicitadas por el cliente
- Inventario de la materia prima necesaria para la preparación de bebidas
- Limpieza del área del bar

4.1.3.8 Cajero

El cajero es la persona encargada de manejar la caja del restaurante y el proceso de facturación de cada pedido.

Las principales funciones del cajero son:

- Cobrar los servicios prestados por el Restaurante
- Emisión de Factura a los clientes
- Administrar y responsabilizarse del dinero que hay en la caja
- Verificación de pagos en dinero en efectivo o tarjeta de crédito.

4.1.3.9 Chef

El Chef es la persona encargada de gestionar, controlar y supervisar todas las actividades que se realizan en el área de cocina y del personal que labora en la misma.

Las principales funciones del Chef:

- Realización del pedido de la materia prima necesaria para el funcionamiento del restaurante
- Controlar la calidad de las materias primas
- Hacer uso adecuado de la materia prima necesaria para la elaboración del menú
- Realización del inventario de cocina mediante la verificación de sobrantes y faltantes de materia prima
- Elaboración de los diferentes platillos, en base al libro de recetas
- Designación de tareas a sus asistentes
- Controlar el higiene dentro del área de cocina
- Especificar los precios de coste y de venta

4.1.3.10 Auxiliares

Los auxiliares del Chef son las personas encargadas de brindar apoyo en el área de cocina.

Las principales funciones de Auxiliares:

- Colaborar en el desempeño de las actividades del Chef y sus asistentes.
- Higiene de la cocina
- Preparar los menús diseñados por el Chef.
- Medir, mezclar y cocinar los ingredientes
- Solicitar los suministros de alimentos al Chef.
- Cuidado de los bienes de la cocina

- Control del uso eficiente de la materia prima en la elaboración de los platillos, para evitar desperdicios.
- Organizar y almacenar las compras

4.1.3.11 Guardia

El guardia es la persona que está encargada de mantener la seguridad dentro y fuera del restaurante, con el objetivo de brindar confianza y seguridad a los clientes.

- Vigilar las instalaciones
- Limpieza del área externa del restaurante
- Organización del espacio de parqueadero de una manera óptima

4.1.4 PERFIL DEL PUESTO DE TRABAJO

Mediante la puesta en marcha del Restaurante de comida Japonesa se generará fuentes de trabajo para las personas especializadas en las diferentes áreas que comprenden nuestra compañía, por esta razón es muy importante conocer los requerimientos necesarios para cada puesto de trabajo.

PUESTO	REQUERIMIENTOS
Junta de Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> - Tener conocimiento relacionado con el negocio - Contar con el capital requerido para la apertura del negocio
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con un título Universitario - Tener conocimiento de Recursos Humanos - Experiencia en el Área Administrativa

<p>Administrador</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con un título Universitario en el área Administrativa - Conocimientos en Recursos Humanos y área contable - Conocimientos de supervisión y manejo en el área de compras - Excelente presentación - Experiencia en cargos similares
<p>Contador</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Empresa especializada en llevar la contabilidad a Restaurantes. - Experiencia
<p>Supervisor mesero</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Titulo instituto superior o título universitario - Buena presencia - Disponibilidad de tiempo completo - Experiencia mínima 1 año - Conocimiento en el área de servicio - Ser sociable, amable y responsable
<p>Meseros</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Buena presencia - Disponibilidad de tiempo completo - Conocimientos en el área de servicio - Ser sociable, amable y responsable
<p>Barman</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Buena presencia - Disponibilidad de tiempo completo

	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en el área de servicio - Experiencia de 0 a 1 año
Cajero	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Buen manejo de Excel - Buena presencia - Disponibilidad de tiempo completo - Ser responsable, honesto, puntual y amable - Experiencia mínima de 1 año.
Chef	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con un título Universitario en el área gastronómica - Contar con títulos de cursos relacionados a la preparación de comida japonesa - Conocimiento de la culinaria japonesa - Capacidad de supervisión y designación de tareas - Conocimiento en la estructuración de cartas y servicio japonés - Disponibilidad de tiempo completo
Asistente del Chef	<ul style="list-style-type: none"> - Cursando Estudios universitarios en el área gastronómica - Conocimiento en la preparación de platillos japonés (sushi) y su práctica culinaria. - Disponibilidad de tiempo completo - Buena presencia

Auxiliares	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Disponibilidad de tiempo completo - Buena presencia
Guardia	<ul style="list-style-type: none"> - De 25 años en adelante - Experiencia en el área mínima de 2 años - Buenas capacidades físicas

Cuadro 4.1 Perfiles del puesto de trabajo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Diana Flores

NÚMERO DE EMPLEADOS	CARGO	SUELDOS Y SALARIOS
1	Gerente General	500,00
1	Administrador	380,00
1	Contador	300,00
3	Meseros	280,00
1	Barman	280,00
1	Cajero	300,00
1	Chef	400,00
2	Auxiliares	260,00
1	Guardia	260,00

Cuadro 4.2 Perfiles del puesto de trabajo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Diana Flores

4.2 MARCO LEGAL Y APERTURA DE LA EMPRESA

Para la implementación y funcionamiento del negocio, es necesario que el restaurante obtenga permisos y autorización para su apertura, los cuales se detallarán en el proceso de constitución de la empresa y la determinación de requisitos para el funcionamiento del Restaurante

4.2.1 EMPRESA

Empresa es una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados.

4.2.2 PERSONALIDAD JURIDICA

Existen dos formas de personalidad jurídica: como Persona Natural y Personalidad Jurídica. En base a las características del proyecto, la empresa en formación, se constituirá con “Personalidad Jurídica”.

4.2.3 FORMA DE ORGANIZACIÓN LEGAL

Las formas legales existentes son: Empresa unipersonal (formadas por una sola persona natural y su aporte de capital), y Sociedades. A su vez, las sociedades se clasifican de acuerdo a su carácter, en Cooperativas y Sociedades Mercantiles.

De esta forma, según la personalidad jurídica de la empresa se ha elegido conformar una Sociedad Mercantil. Se define como la persona jurídica, creada por la agrupación de dos o varios individuos que aportan con trabajo o capital para un determinado fin económico y social. A continuación se detalla una breve descripción de estas, ya que son las más reconocidas en la legislación y regularizaciones de nuestro país

Existen cinco especies de compañías de comercio o mercantiles; estas son:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de economía mixta;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de responsabilidad limitada

La compañía de responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura²¹.

Al constituir el negocio como una compañía mercantil es necesario fundamentar que tipo de sociedad se establecerá. De acuerdo a las características del proyecto la especie mercantil que más se ajusta es La compañía de responsabilidad Limitada, la misma que presenta muchos beneficios que facilitan el funcionamiento de la Pequeña empresa.

²¹ Ley de Compañías, Corporación de Estudios y Publicaciones, Octubre 2010

4.2.3.1 Características de la compañía de Responsabilidad Limitada

REQUISITOS Y FORMALIDAD DE LA COMPANIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	
Forma jurídica	Compañía de responsabilidad Limitada
Número de socios	Mínimo 3 socios
Capital social	Mínimo de \$400,00
Responsabilidad	Limitada hasta el monto de sus aportaciones
Obligaciones fiscales	Aportaciones IVA, Impuesto a la Renta, 25% de utilidades, ICE de acuerdo al tipo de producción

Cuadro 4.3 Requisitos y formalidades de la Compañía de responsabilidad Limitada

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

4.2.4 PROCEDIMIENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

Después de seleccionar la forma jurídica del proyecto se indicará a continuación los requisitos y procedimientos que se debe realizar para la constitución y funcionamiento de la empresa.

4.2.4.1 Procedimientos para la constitución

- Reservación del nombre, presentando cinco alternativas. Posterior aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Registro Único de Contribuyentes

- Apertura de la “cuenta de integración del Capital” y depósito de la primera cuota que corresponde el 50% del capital mínimo requerido por la ley de compañías en cualquier institución bancaria.
- Elaboración de minuta de Constitución de la Empresa, escrita por un Abogado.
- Aprobación de la Escritura Pública en la Superintendencia de Compañías
- Publicación extracto de la resolución
- Se margina la resolución aprobatoria en la Notaria
- Inscripción de la Escritura en el Registro Mercantil

Tiempo aproximado de trámite de constitución: 30 días

4.2.4.2 Procedimientos para el funcionamiento

- Legislación del contrato de arrendamiento
- Registro Único de Contribuyentes
- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Patente municipal
- Registro de la marca en el IEPI
- Certificado de inspección
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo.
- Permiso Sanitario
- Permiso de Medio Ambiente
- Permiso para la instalación de publicidad exterior
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Permiso de uso de suelo
- Impuesto predial

PERMISOS	REQUISITOS	PROCEDIMIENTO
Legislación del contrato de arrendamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Original y copia de la cédula y papeleta de votación - Contrato de arrendamiento original - Presencia de las dos partes para el reconocimiento de firmas 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentar y firmar la documentación requerida - Retirar el contrato de arrendamiento legalizado
Registro Único de Contribuyentes	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal - Original y copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil. - Original y copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil. - Original y copia de la cedula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal. - Certificado de votación - Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción. 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial actual, o del mes anterior. - Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción 	
Informe de regulación Metropolitana	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario de solicitud para obtener el IRM - Original y copia de la cedula y papeleta de votación del propietario o representante legal - Escritura legalizada en caso de ser persona jurídica - Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial 	<ul style="list-style-type: none"> - Llenar la solicitud con los datos requeridos - Ingresar todos los requisitos en la ventanilla. - Retirar el IRM en la ventanilla, después de 3 días laborales
Patente Municipal	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia. - Escritura de constitución de la compañía original y copia - Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de compañías 	
Permiso de Funcionamiento del cuerpo de	<ul style="list-style-type: none"> - Informe favorable de inspección realizada por el inspector del Cuerpo de Bomberos del DMQ. 	

Bomberos	<ul style="list-style-type: none"> - Copia de la cedula de ciudadanía del representante legal o propietario - Copia del RUC - Copia de Patente Municipal Vigente. - Copia de centralita de gas emitida por el CB-DMQ en el caso que la tuviera. 	
Uso de Suelo	<p>Presentar en la administración zonal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solicitud en la cual se detallara: tipo, nombre o razón social, ubicación del establecimiento y actividad - Informe de regulación metropolitana - Original y copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada o certificado de exención del propietario - En el caso de Establecimientos existentes: Informes y/o permisos de años anteriores a la solicitud emitidos por entidades competentes. 	
Impuesto predial	<p>Acompañado del impuesto predial se debe cancelar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La tasa de seguridad ciudadana 	

	<ul style="list-style-type: none"> - El impuesto para el Cuerpo de Bomberos - Contribución para el sistema de alcantarillado y agua potable y por mejoras que se hayan realizado en los sectores. 	
Licencia Metropolitana de funcionamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario de solicitud de Licencia de Funcionamiento. - Copia de cedula de Ciudadanía del propietario del establecimiento. - Copia de la papeleta de votación actual - Copia del RUC - Copia de Pago del Impuesto predial donde funciona el negocio. 	
Registro definitivo y Licencia Única Anual de Funcionamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Formulario Único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas -LUAE-, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o Representante legal. - Copia de RUC actualizado. - Copia de cédula de ciudadanía o pasaporte y papeleta de votación de las últimas elecciones (persona natural o representante legal). - Informe favorable de compatibilidad de uso de suelo (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico). - Certificado ambiental (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico). 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Original de la declaración del 1.5 x mil sobre los activos totales del año inmediato anterior (para personas jurídicas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad). - Para rotulación la autorización del dueño del predio en caso de no ser local propio. En caso de propiedad horizontal autorización del administrador como representante legal. Para establecimientos existentes fotografía de la fachada del local; y, para nuevos las dimensiones y plano de cómo quedará la publicidad. 	
Permiso Sanitario	<ul style="list-style-type: none"> - Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control de calidad de un laboratorio debidamente acreditado por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación; - Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesadora; y, - Homologación de documentos otorgados por una autoridad competente de otro Estado o por una organización internacional especializada determinada conforme al Reglamento de Registro y Control Sanitario 	
Permiso de Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - Copia de la cedula de identidad - Título artesanal - RUC 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Carnet perteneciente a la cámara 	
<p>Permiso para la instalación de publicidad exterior</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Copia de Patente Municipal actualizada - Original y copia de la cedula y papeleta de votación del propietario o representante legal - Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica. - Copia de carta de pago del impuesto predial - Autorización escrita del dueño del inmueble, notariada con reconocimiento de firmas - Informe de regulación Metropolitana - Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo - Fotografía actual de la fachada del inmueble y croquis - Comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior - Formulario de solicitud para el permiso de publicidad exterior 	<p>Ingresar todos los requisitos en la ventanilla del municipio. A excepción del comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Esperar la visita del inspector en un lapso máximo de 7 días laborables. - Retirar el valor de la tasa de publicidad en la ventanilla - Pagar el valor de la tasa de publicidad exterior en las ventanillas de recaudación del municipio

Tabla 3.2 Requisitos para implementación del negocio

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

5.1 OBJETIVOS

5.1.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer el monto de recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto, así como también los indicadores financieros que determinará la base de evaluación final del Restaurante de comida Japonesa especializado en Sushi en la ciudad de Quito.

5.1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la inversión inicial del proyecto.
- Identificar la capital de trabajo con el cual debe contar la empresa para iniciar las operaciones comerciales.
- Definir los ingresos y gastos en base al costo por unidad de los diferentes platillos y bebidas del restaurante.
- Desarrollar el balance general, estado de resultado y flujo de caja que permitirá el cálculo de los diferentes indicadores para su posterior análisis.
- Realizar proyecciones de Ingresos gastos para analizar la viabilidad del proyecto durante un periodo determinado.

El estudio económico financiero consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan llevado a efecto en el estudio técnico en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad del equipo y maquinaria necesario para el funcionamiento del proyecto, etc.

5.2 INVERSIONES DEL PROYECTO

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, excepto el capital de trabajo.

5.2.1 INVERSION ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES

Inversión en activo fijo corresponde a todos los bienes necesarios para operar la empresa desde el departamento de producción, administración y operación del proyecto.

Es importante recalcar que no habrá inversión en terreno y edificio en el presente proyecto, debido a que el local donde se implementara el servicio se va a arrendar.

5.2.1.1 Inversión en Equipos de Computación

Los siguientes equipos de computación son necesarios para el funcionamiento del restaurante

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora Hp	1	860,00	\$860,00
Caja registradora	1	700,00	\$700,00
Total Equipos de Computación			\$1.560,00

Tabla 5.1 Inversión en Equipos Computación

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

5.2.1.2 Inversión en Equipos de oficina

Se realizará la siguiente inversión en equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
LCD Samsung de 42''	1	1299,99	1299,99
Fax KX-FP 205 PANASONIC	1	135,00	135,00
Impresora CANON	1	75,99	75,99
Teléfono Panasonic KX-TG4022L	1	89,99	89,99
Total equipos de oficina			\$1.600,97

Tabla 5.2 Inversión en Equipos de Oficina

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

5.2.1.3 Inversión en Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Estantería de 50`	2	\$100,00	\$200,00
Mesa de chef	3	\$50,00	\$150,00
Muebles para la cocina	6	\$410,00	\$2.460,00
Mesa del sushi bar	1	\$440,00	\$440,00
Sillas	58	\$15,00	\$870,00
Taburetes	12	\$15,00	\$180,00
Escritorio	2	\$45,00	\$90,00
Silla de escritorio	2	\$50,00	\$100,00
Coche para servicio ruso	1	4.500,00	4.500,00
Total muebles y enseres			\$8.990,00

Tabla 5.3 Inversión en Muebles y Enseres

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

5.2.1.4 Inversiones en Equipo de Cocina

Es muy importante la inversión en el equipamiento de la cocina para el funcionamiento del restaurante.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cocina industrial de 6 quemadores	1	\$1.079,40	\$1.079,40
Plancha a gas ANVIL de 24''	1	\$840,80	\$840,80
Refrigeradora y Congelador Industrial T-23	1	\$4.652,48	\$4.652,48
Licadora semi-industrial	2	\$191,60	\$191,60
Batidora pequeña KITCHEN AID SQT de 325 W	1	\$348,36	\$348,36
Balanza electrónica 2,5 Kg x 2g x 2,5 kg	2	\$276,83	\$553,86
Vitrina para sushi, 1.3 Cu Ft.	1	\$1.406,96	\$1406,96
Horno microonda Termalimex	1	\$1.268,86	\$1.268,86
Extractor de olores (campana extractora)	1	\$1.550,00	1.550,00
Total equipos de cocina			\$11.892,32

Tabla 5.4 Inversión en Equipo de Cocina
Fuente: Investigación de campo
Autor: Diana Flores

5.2.1.5 Inversión en utensilios de cocina

Para el equipamiento de la cocina es importante invertir en los siguientes utensilios de cocina:

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Sarten Steel Coat 30,5 cm	2	\$ 156,21	\$312,42
Cuchillo japones	2	\$ 19,38	\$ 38,76
Cuchillo deshuesador trmontina	1	\$19,38	\$19,38
Cuchillo fileteador japones	2	\$ 19,38	\$ 38,76
Cuchillo rebanador Victorino	1	\$ 36,25	\$ 36,25
Esterilla para sushi	5	\$1,75	\$8,75
Fuente para arroz	6	\$3,80	\$22,80
Cuchara digital medidora	2	\$15,00	\$30,00
Espatula 6 prof plast	2	\$18,86	\$37,72
Cucharas de madera	5	\$2,34	\$11,7
Tablas para picar	3	\$3,20	\$9,60
Tijera profesional	1	\$23,65	\$23,65
Olla de acero inoxidable 12	2	\$39,78	\$79,56
Olla de acero inoxidable 24	2	\$77,71	\$155,42
Recipientes mediadios de porcelana	6	\$5,98	\$35,88
Extinguidores	2	\$40,00	\$40,00
Tachos de basura 32 GAL	2	\$ 60,78	\$ 121,56
Estanteria grande de acero para vajilla	1	\$175,00	\$175,00
Coche de limpieza	1	\$80,00	\$80,00
Escoba columbia	2	\$1,98	\$3,96
Pala metalica con mango	2	\$4,41	\$8,82
Dispensador de condimentos	4	\$ 5,59	\$ 22,36
Tanques de gas industrial	2	\$110,00	\$220,00
Cuchillo para decorar	1	\$12,50	\$12,50
Wok Mandarin 12''	2	\$ 25,49	\$ 50,98
Pailas para freir	2	\$22,00	\$44,00
Cocteleras	2	\$5,36	\$10,72
Medidores de 1 galon	2	\$5,20	\$10,40
Total inversion en utensilios de cocina			\$1.660,95

Tabla 5.5 Inversión en utensilios de cocina

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

5.2.1.6 Inversión en Vajilla

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Plato principal	89	9,50	845,50
Plato hondo	89	9,80	872,20
Plato postre	89	9,50	845,50
Plato mediano	89	9,80	872,2
Tabla mediana	45	\$11,50	\$517,50
Tabla grande	50	\$13,50	\$607,50
Total inversión vajilla			4.560,40

Tabla 5.6 Inversión en vajilla
Fuente: Investigación de campo
Autor: Diana Flores

5.2.1.7 Inversión en cubertería

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tenedor	68	\$2,15	\$146,20
Cuchara	68	\$2,15	\$146,20
Tenedor mediano	68	\$2,15	\$146,20
Cuchara pequena	68	\$2,15	\$146,20
Cuchillo	68	\$2,15	\$146,20
Cuchara especial	68	\$1,50	\$102,00
Total inversión cuberteria			\$833,00

Tabla 5.7 Inversión en cubertería
Fuente: Investigación de campo
Autor: Diana Flores

5.2.1.8 Inversión en Cristalería

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Copa de Conag	89	\$3,47	\$308,83
Copa de vino	89	3,20	284,80
Copa de Champagne	89	3,40	302,60
Copa de agua	89	3,15	280,35
Vasos	89	\$0,62	\$55,18
Total inversión cristalería			1.236,71

Tabla 5.8 Inversión en cristalería

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

5.2.2 INVERSION DIFERIDAS O INTANGIBLES

El activo diferido comprende todos los activos intangibles de la empresa, que están perfectamente definidos en la ley impositiva.

DESCRIPCION	COSTO ANUAL
Registro Único de contribuyente	\$11,50
Informe de regulación metropolitana	\$13,00
Patente municipal	\$700,00
Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	\$1,00
Permiso de uso de suelo	\$1,70
Impuesto predial	\$170,00
Certificado de registro provisional	\$35,00
Registro de actividad Turística	\$510,00

Certificado de registro definitivo LUFA	\$150,00
Permiso sanitario	\$100,00
Permiso medio ambiente	\$40,00
Permiso de instalación de publicidad exterior	\$75,00
Otros	\$10,00
Total Inversión diferida	\$1.817,20

Tabla 5.9 Inversión diferidas
Fuente: Investigación de campo
Autora: Diana Flores

5.2.3 CAPITAL DE TRABAJO

Capital de trabajo se definió por el método de máximo déficit acumulado, el cual consiste en calcular los flujos mensuales que va a presentar el negocio durante los primeros 12 meses, es decir los ingresos y egresos de caja para el primer año a fin de determinar el mayor saldo acumulado negativo.

Capital de trabajo está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa.

Nagasaki Sushi - Bar Restaurante

Capital de Trabajo

En USD

Ingreso Mensual	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Productos - ITEMS													
Ensalada Y Entradas		4.835,7	4.835,7	4.835,7	4.835,7	4.835,7	4.835,7	14.507,0	14.507,0	14.507,0	14.507,0	14.507,0	14.507,0
Sopas		1.058,7	1.058,7	1.058,7	1.058,7	1.058,7	1.058,7	3.176,1	3.176,1	3.176,1	3.176,1	3.176,1	3.176,1
Sushi (Rollos, Sashimi, Nigiri)		15.880,6	15.880,6	15.880,6	15.880,6	15.880,6	15.880,6	47.641,9	47.641,9	47.641,9	47.641,9	47.641,9	47.641,9
Teriyaki		5.628,1	5.628,1	5.628,1	5.628,1	5.628,1	5.628,1	16.884,3	16.884,3	16.884,3	16.884,3	16.884,3	16.884,3
Bebidas Y Postres		2.117,4	2.117,4	2.117,4	2.117,4	2.117,4	2.117,4	6.352,3	6.352,3	6.352,3	6.352,3	6.352,3	6.352,3
Ventas (\$)		29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6
INGRESOS MENSUALES		29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6
Egreso Mensual	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Materia Prima Directa (\$)	16.761,8	13.968,2	13.968,2	13.968,2	13.968,2	13.968,2	13.968,2	41.904,5	41.904,5	41.904,5	41.904,5	41.904,5	41.904,5
Materiales Indirectos		2.091,2	2.091,2	2.091,2	2.091,2	2.091,2	2.091,2	2.345,3	2.345,3	2.345,3	2.345,3	2.345,3	2.345,3
MOD		2.359,2	2.359,2	2.359,2	2.359,2	2.359,2	2.359,2	7.077,5	7.077,5	7.077,5	7.077,5	7.077,5	7.077,5
MOI		656,0	656,0	656,0	656,0	656,0	656,0	656,0	656,0	656,0	656,0	656,0	656,0
Costos Totales de Producción	16.761,8	19.074,5	19.074,5	19.074,5	19.074,5	19.074,5	19.074,5	51.983,3	51.983,3	51.983,3	51.983,3	51.983,3	51.983,3
Gastos de Personal		2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2	2.957,2
Suministros de Limpieza		60,1	60,1	60,1	60,1	60,1	60,1	60,1	60,1	60,1	60,1	60,1	60,1
Gastos de Uniformes		22,5	22,5	22,5	22,5	22,5	22,5	22,5	22,5	22,5	22,5	22,5	22,5
Servicios Básicos		200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0
Suministros de Oficina		14,8	14,8	14,8	14,8	14,8	14,8	14,8	14,8	14,8	14,8	14,8	14,8
Gastos de Publicidad		149,2	149,2	149,2	149,2	149,2	149,2	149,2	149,2	149,2	149,2	149,2	149,2
Internet		30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Arriendo	0,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Otros Gastos		3.000,0											
Egreso Mensual	16.761,8	26.508,2	23.508,2	23.508,2	23.508,2	23.508,2	23.508,2	56.417,0	56.417,0	56.417,0	56.417,0	56.417,0	56.417,0
Saldos Acumulados	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Ingreso Mensual	0,0	29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	29.520,5	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6	88.561,6
Egreso Mensual	-16.761,8	-26.508,2	-23.508,2	-23.508,2	-23.508,2	-23.508,2	-23.508,2	-56.417,0	-56.417,0	-56.417,0	-56.417,0	-56.417,0	-56.417,0
Saldo Mensual	-16.761,8	3.012,3	6.012,3	6.012,3	6.012,3	6.012,3	6.012,3	32.144,6	32.144,6	32.144,6	32.144,6	32.144,6	32.144,6
Saldo Acumulado	-16.761,8	-13.749,5	-7.737,2	-1.725,0	4.287,3	10.299,6	16.311,9	48.456,5	80.601,0	112.745,6	144.890,2	177.034,8	209.179,4

Notamos que el Capital de Trabajo corresponderá a los recursos necesarios para el primer mes de funcionamiento. Se lo aproximará a:

-16.761,8

Cuadro 5.1 Flujo de caja
Fuente: Investigación de campo

5.3 FINANCIAMIENTO

La estructura de financiamiento va a estar conformada por el 34,6% que corresponde a la aportación de los 3 accionistas, el 65,4% restante será financiado mediante la gestión de dos préstamos, el 50,76% a corto plazo; y lo que corresponde al 14,64% a largo plazo en el Banco de Pichincha, con una tasa efectiva anual del 11,83%.

Descripción	Valor	Participación
Capital de accionistas	24.000,00	34,60%
Deuda a corto plazo	35.199,40	50,76%
Deuda a largo plazo	10.151,60	14,64%
Total	69.351,00	100%

Cuadro 5.2 Financiamiento

Fuente: Investigación de campo

Autor: Diana Flores

5.3.1 AMORTIZACION DEL PRESTAMO

La Amortización de la deuda se realizará a 5 años, el período que se ha establecido de ejecución del proyecto, a continuación se presenta la tabla de amortización en el periodo determinado.

Tabla de Amortización Deuda

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pago		2,804.3	2,804.3	2,804.3	2,804.3	2,804.3
Interes		1,200.9	1,011.3	799.1	561.9	296.7
Capital		1,603.4	1,793.0	2,005.2	2,242.4	2,507.6
SALDO	10,151.6	8,548.2	6,755.2	4,750.0	2,507.6	0.0

Cuadro 5.3 Amortización del préstamo

Fuente: Investigación de campo

Autora Diana Flores

5.4 COSTO Y GASTOS

Los valores que corresponden a los gastos, son un componente importante en el flujo de proyecciones, están representados principalmente por los: gastos de administración, gastos de ventas, gastos de publicidad y otros gastos.

5.4.1 COSTOS DIRECTOS

5.4.1.1 Materiales Directos

Los materiales directos corresponden a la materia prima que será necesaria para la elaboración de los diferentes platillos y bebidas con los que cuenta el menú del Restaurante.

A continuación se detallará la materia prima necesaria por cada plato:

PRODUCTO	DESCRIPCION / MARCA	PRECIO
Arroz	ARROZ PARA SUSHI	52,00
Salsa teriyaki	SALSA TERIYAKI	12,68
Sake	SAKE HAKUSHIKA KUROMATSU 900 ml. /Vino de Arroz	20,00
Hondashi	HONDASHI Soup stock-100g./ Fondo de Pescado	3,50
pepinos japoneses	Pepino japonés	2,20
Kion	GENGIBRE	0,90
Wakame	WAKAME FUERU Dried Seaweed 50 Gr.	3,50
Aceite de ajonjolí	ACEITE DE AJONJOLI MINAS	10,00
Salsa de soya	SOY SAUCE KIKOMAN 1lt. Emb. Prod. Terr / Salsa de Soya Kikoman 1lt.	8,70
Nabo japonés	NABO JAPONES	1,90
Ajonjolí negro	Ajonjolí negro	5,00
Tofu	TOFU BLUE MORINAGA 24 pqt / 12.3 oz 349 gr c/u	6,50
Harina de arroz	HARINA DE ARROZ 600g	4,50
Miso	SOYBEAN PASTE 1Kg	7,80
Aceite vegetal		4,50
Misoshiru	MISOHIRU	7,80
Fideos ramen	REITO NAMA Frznoodle- /Fideo Integral 5pcs/1.25kg	24,00
Mazago	MASAGO smelt roe 100gr	3,80

Wasabi	WASABI Horse radish powder-100gr	2,90
Gari	GARI PINK Pickled ginger/ Jengibre -1kg	13,00
Hoja de nori	YAKI SUSHI NORI 50 HOJAS	15,00
Mero	Mero 100 gr	
Mirin	VINAGRE DE ARROZ 1 LITRO	11,00
Langostino	Langostino	16,77
Salmon	SALMON FRESCO FILETE PREMIUM EMP. VACIO	17,85
Trucha	TRUCHA AHUMAD. ENTERA (APROX.1.10 KG CADA UNA)	17,50
aguacate	Aguacate	1,62
Salmon	SALMON AHUMADO REBANADO PQT. 500 GR C/P	15,00
	SALMON AHUM. REB PAQ. 100 GR S/PAPEL	3,50
Atún	AKAMI / TUNA / Atún Bloques irregulares	20,00
Langostino	LANGOSTINO	16,77
Anguila	UNAGUI KABAYAKI Anguila 9 oz /10 oz/11 oz	52,00
pulpo	TAKO MUSHI Octopuswhole /Pulpo entero al vapor	40,00
azúcar	Valdez azúcar	8,33
sal	Crisal	0,36
Calamar	IKA CHASEN MONGO / Calamar pequeño entero-700gr	36,00
Pulpa cangrejo	KANIKAMA STICK Especial Shirakiku Imitation Crab Meat/500gr/stk NIS 30PCS	14,00
Ajonjolí blanco	AJONJOLI blanco	2,00
Caviar pez volador	TOBIKKO ORANGE FlyingFishegg/caviar 100 gr	6,40
Aceite	Aceite LA FAVORITA LIGHT	5,22
Mayonesa	Mayonesa Maggi	4,20
Chive	CHIVE o cebolla china	0,87
Vinagre Blanco	VINAGRE BLANCO SNOB 500 ml	2,10
Zanahoria	Zanahoria	1,06
Ajo	AJO pelado	1,80
Perejil	Perejil 350 g	0,50
Huevos	Huevos 36	4,85
Vino blanco	VINO BLANCO	10,00
Huesos de Ave	Huesos de ave 0,53 kg	2,10
Vino dulce	Botella de vino dulce	10,00
sahinatogarashi	Sashimitogarashi	4,20
Maicena	Maicena Iris	2,35
Zucchini	Zucchini	1,80
Agua	Agua pura 1 galón	1,25
panko	Panko 6 onzas	3,40
Queso crema	Queso crema Toni	1,70
Harina	Harina YA	2,04
Filete de lenguado	Filete de lenguado 100 g	2,20

Filete de chita	Filete de Chita 100 g	2,50
Tentáculos de pulpo	Tentáculos de pulpo 500 g	8,20
Piernitas de pollo	Piernas de pollo Mr. Pollo	4,55
Pimiento	pimiento verde	0,98
Frijol Chino	Frijol chino	2,30
Filete de pescado	Filete de pescado	4,99
Shitakes hidratados	Shitakes 250 g	3,20
Repollo blanco	Repollo blanco (col)	0,70
Pierna de pollo	Pierna de pollo	4,55
Cebolla	Cebolla	0,55
Holantao	HOLANTAO	3,30
Arroz	Arroz	2,40
Pulpa de naranja	Pulpa de naranja	2,03
Pulpa de tomate de árbol	Pulga de tomate de árbol	1,70
Pulpa de piña	Pulpa de piña	2,30
Pulpa de frutilla	Pulpa de frutilla	2,35
Pulpa de naranjilla	Pulpa de naranjilla	1,90
Pulpa de mora	Pulpa de mora	1,94
Pulpa de guanábana	Pulpa de guanábana	2,32
Nestea	Nestea	5,80

Cuadro 5.4 Materiales Directo

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.1.2 Mano de obra directa

La mano de obra directa corresponde a la que se ocupa directamente en las tareas de producción de la empresa.

Numero de trabajadores	Funcion	Remuneracion Basica	Total del periodo anual	Decimo Tercera Remuneracion	Decimo Cuarto remuneracion	Fondo de reserva	AFILIACION IESS		Total Ingresos	Total Egresos	Total a pagar Anualmente
							Personal 9,35%	Patronal 12,15%			
1	Mesero 1	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00	\$ 260,00	\$ 420,00	\$ 471,24	\$ 612,36	\$ 6.752,36	\$ 471,24	\$ 6.281,12
2	Mesero 2	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00	\$ 260,00	\$ 420,00	\$ 471,24	\$ 612,36	\$ 6.752,36	\$ 471,24	\$ 6.281,12
3	Mesero - supervisor	\$ 530,00	\$ 6.360,00	\$ 530,00	\$ 260,00	\$ 530,00	\$ 594,66	\$ 772,74	\$ 8.452,74	\$ 594,66	\$ 7.858,08
4	Barman	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00	\$ 260,00	\$ 420,00	\$ 471,24	\$ 612,36	\$ 6.752,36	\$ 471,24	\$ 6.281,12
5	Chef	\$ 640,00	\$ 7.680,00	\$ 640,00	\$ 260,00	\$ 640,00	\$ 718,08	\$ 933,12	\$ 10.153,12	\$ 718,08	\$ 9.435,04
6	Auxiliar 1	\$ 390,00	\$ 4.680,00	\$ 390,00	\$ 260,00	\$ 390,00	\$ 437,58	\$ 568,62	\$ 6.288,62	\$ 437,58	\$ 5.851,04
7	Auxiliar 2	\$ 390,00	\$ 4.680,00	\$ 390,00	\$ 260,00	\$ 390,00	\$ 437,58	\$ 568,62	\$ 6.288,62	\$ 437,58	\$ 5.851,04
TOTAL											\$ 47.838,56

Cuadro 5.5 Materiales directos

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.2 COSTOS INDIRECTO

5.4.2.1 Mano de obra indirecta

Numero de trabajadores	Funcion	Remuneracion Basica	Total del periodo anual	Decimo Tercera Remuneracion	Decimo Cuarto remuneracion	Fondo de reserva	AFILIACION IESS		Total Ingresos	Total Egresos	Total a pagar Anualmente
							Personal 9,35%	Patronal 12,15%			
1	Cajero	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 260,00	\$ 450,00	\$ 504,90	\$ 656,10	\$ 7.216,10	\$ 504,90	\$ 7.872,20

Cuadro 5.6 Mano de Obra directa

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.2.2 Materiales indirectos

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Dispensador de papel higiénico	2	\$33,00	\$66,00
Rollos de papel higiénico industrial	24	\$3,20	\$76,80
Escoba Columbia	2	\$2,48	\$4,96
Pala metálica con mango	2	\$4,41	\$8,82
Carro de limpieza	1	\$180,00	\$180,00
Trapeadoresmicrolimpia	2	\$12,00	\$24,00
Rollo de papel aluminio	12	\$1,31	\$15,72
Rollo de papel plástico	36	\$1,31	\$47,16
Servilletas de papel	36	\$2,80	\$100,80
Palillos desechables (1 caja/ 16 ppts/100 piezas)	3	\$16,00	\$48,00
Total inversión en materiales indirectos			\$572,26

Cuadro 5.7 Materiales indirecta

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.2.3 Uniformes

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Uniforme Chef de cocina	\$50,00	\$50,00
Uniforme Auxiliar de cocina	70,00	\$70,00
Uniforme de supervisor, mesero	\$105	\$105,00
Uniforme de guardia de seguridad	\$45,00	\$45,00
Total Uniforme		\$270,00

Cuadro 5.8 Uniformes

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.3 GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTA

5.4.3.1 Servicios básicos

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Agua potable	\$80,00	\$960,00
Luz eléctrica	\$90,00	\$1080,00
Teléfono	\$30,00	\$360,00
Internet	\$30,00	\$360,00
Arriendo	\$1000,00	\$12.000,00
Total Inversión en Servicios Básicos		\$13.760,00

Cuadro 5.9 Servicios Básicos

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.3.2 Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precioo total
Facturas libretin	12	8,50	\$102,00
Esferos	24	\$1,20	\$28,80
Perforadora	2	\$3,75	\$7,50
Grapadora	2	\$3,75	\$7,50
Caja de grapas	12	\$0,50	\$6,00
Paquete de Hojas A4	6	\$4,20	\$25,20
Total suministros de oficina			\$177,00

Cuadro 5.10 Suministros de Oficina
Fuente: Investigación de campo
Autora: Diana Flores

5.4.3.3 Publicidad

Descripción	Costo Anual
Creación de Pagina Web	\$540
Suscripción de página web	\$520
Suscripción en revistas	\$680
E-mail	\$50
Total Publicidad	\$1.790,00

Cuadro 5.11 Publicidad

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.3.4 Depreciación de activos fijos.

La operación del proyecto genera que los activos fijos sufran un desgaste con el pasar de los años, el mismo que es conocido como depreciación. En el proyecto se empleará el método de línea recta, el cual es el más común en el Ecuador, el mismo que se calcula dividiendo el costo inicial de cada activo para sus años de vida útil; dato que servirá para obtener el valor en libros de cada activo restando al valor inicial del equipo la depreciación acumulada para cada año. Al final de toda la vida útil tendrá un valor residual de 0.

A continuación se presenta el cuadro depreciación de los activos fijos del proyecto:

ITEM	SUBTOTAL	VIDA UTIL	DEP/AMORT. MENS.	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL CONTABLE
Equipos de Computación	1.560,00	3	43,33	520,00	-
Equipos de oficina	1600,97	10	13,34	160,10	-
Muebles y enseres	8990	10	74,92	899,00	-
Equipos de cocina	11892,32	10	99,10	1.189,23	-
Utensilios de cocina	1.660,95	3	46,14	553,65	-
Vajilla, Cubertería, Cristalería	6.630,11	3	184,17	2.210,04	-
Gastos de Constitución	1817,2	3	50,48	605,73	-
TOTAL INVERSIÓN	34.151,55		511,48	6.137,75	

Cuadro 5.12 Depreciación de activos fijos

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.3.5 Sueldos del personal administrativo

Numero de trabajadores	Funcion	Remuneracion Basica	Total del periodo anual	Decimo Tercera Remuneracion	Decimo Cuarto remuneracion	Fondo de reserva	AFILIACION IESS		Total Ingresos	Total Egresos	Total a pagar
							Personal 9,35%	Patronal 12,15%			
1	Gerente General	\$ 850,00	\$ 10.200,00	\$ 850,00	\$ 260,00	\$ 850,00	\$ 953,70	\$ 1.239,30	\$ 12.160,00	\$ 953,70	\$ 13.399,30
2	Administrador	\$ 520,00	\$ 6.240,00	\$ 520,00	\$ 260,00	\$ 520,00	\$ 583,44	\$ 758,16	\$ 7.540,00	\$ 583,44	\$ 8.298,16
3	Contador	\$ 440,00	\$ 5.280,00	\$ 440,00	\$ 260,00	\$ 440,00	\$ 493,68	\$ 641,52	\$ 6.420,00	\$ 493,68	\$ 7.061,52
4	Guardia	\$ 390,00	\$ 4.680,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 390,00	\$ 437,58	\$ 568,62	\$ 6.158,62	\$ 437,58	\$ 6.727,24
TOTAL											\$ 35.486,22

Cuadro 5.13 Sueldos del personal administrativo

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

El análisis de los costos de mano de obra incluye los beneficios de ley que se deben pagar al empleado.

5.4.4 PRESUPUESTO DE INGRESO

La proyección de los ingresos, depende directamente de la cantidad demandada del servicio a brindar, y como se había establecido en capítulos anteriores, dicha demanda dependía de ciertos parámetros que se utilizaron para pronosticar la demanda futura anual del producto que se ofertara. Es así que se determinó un crecimiento de la población de 1,02%, además se tomó en cuenta una participación inicial del mercado de 4% con un posterior delta de crecimiento del 5%.

Una vez ya calculada la demanda proyectada (Q), solo hace falta conocer el precio del producto, el mismo que se ha calculado a través de la suma de los costos directos, como mano de obra, energía, servicio, materia prima y utensilios a utilizar; por lo tanto los ingresos proyectados que se obtendrán se detallan en el siguiente cuadro:

CONSUMO PROMEDIO POR PERSONA		
ENTRADA	6,30	
ENSALADAS	8,50	
SOPAS	5,00	
ROLLOS	17,20	
SASHIMI	7,50	
BEBIDA	5,00	
TOTAL	49,50	24,75

Cuadro 5.14 Consumo promedio por persona

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

CALCULO DE INGRESO POR PERSONA	
CONSUMO POR PERSONA	24,75
CONSUMO TOTAL DIARIO	5.618,25
CONSUMO MENSUAL	157.311,00
CONSUMO ANUAL	1.887.732,00

Cuadro 5.15 Calculo ingreso por persona

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.4.4.1 Determinación del precio de venta

Para la determinación del precio de venta se tomó en cuenta los costos directos que se incurre para la elaboración de los platillos como son los siguientes:

Costo de la materia prima: corresponden a todos los costos de los insumos que se necesitaran en cada platillo.

Horas por hombre por plato: este costo se estable de acuerdo a los estándares de la Asociación de Chefs del Ecuador, que se estima que se requieren de 0.15 a 0.25 hora hombre por plato (0.15h=9 min - 0.25=15min). Tomando en cuenta que el salario por trabajador se ha estimado en USD 420,00 incluido beneficios sociales. Las horas trabajadas promedio por trabajador son de 192 horas.

Energías, mano de obra: corresponde a los costos que se incurre en servicios básicos como luz y agua potable.

5.5 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros además de ser indicadores del comportamiento futuro de la empresa, se constituyen como un medio fundamental para la toma de decisiones que corresponden a la misma. Los estados financieros se elaboran al finalizar el periodo contable con el objetivo de presentar la información sobre la situación económica y financiera de la empresa.

5.5.1 BALANCE GENERAL

El balance general muestra, con referencia a una fecha determinada, los datos en resumen de sus activos (inversiones), de los pasivos (derechos de los acreedores sobre los activos) y del patrimonio (derechos de los accionistas sobre el total de los recursos).

Se puede concluir que el balance general es un resumen que muestra la situación de la empresa de acuerdo a sus cuentas de activo, pasivo y patrimonio a una determinada fecha, y es un documento de esencial análisis ante el estudio de la situación económica de la empresa.

Nagasaki Sushi - Bar Restaurante

Balance general

En USD

	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Activos						
Caja y bancos	18.438	35.425	48.300	53.594	59.463	65.966
Cuentas por cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventario	16.762	16.762	23.304	26.368	29.832	33.747
Anticipo a proveedores	-	-	-	-	-	-
Inversiones temporales	0	114.864	276.339	435.987	625.521	835.831
Activos corrientes	35.199,8	167.050,8	347.942,8	515.949,5	714.815,3	935.543,5
Total de activos fijos netos	34.151,6	28.013,8	21.876,1	27.406,6	21.268,8	15.131,1
Total Activos	69.351,3	195.064,6	369.818,9	543.356,0	736.084,1	950.674,5
Pasivos						
Cuentas por pagar, CxP	-	-	-	-	-	-
Anticipo de ventas	-	-	-	-	-	-
Deuda a corto plazo	35.200	0	0	0	0	0
Pasivos corrientes	35.199,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Deuda largo plazo	10.152	8.548	6.755	4.750	2.508	0
Pasivos totales	45.351,3	8.548,2	6.755,2	4.750,0	2.507,6	0,0
Patrimonio						
Inversión de capital	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000
Utilidades retenidas	0	0	97.510	242.442	405.740	588.042
Utilidades del ejercicio	0	162.516	241.554	272.164	303.836	338.632
Recompra de acciones		0	0	0	0	0
Total patrimonio	24.000,0	186.516,4	363.063,7	538.606,0	733.576,5	950.674,5
Total pasivos y patrimonio	69.351,3	195.064,6	369.818,9	543.356,0	736.084,1	950.674,5

Cuadro 5.16 Balance General

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.5.2 ESTADO DE RESULTADOS

Estado de Resultados o también conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias. Es elaborado al finalizar el período contable en el cual se determinará la situación económica de la empresa. Este estado financiero está estructurado por los ingresos y gastos efectuados, muestra la información correspondiente a los resultados de las operaciones de la empresa, es decir la utilidad neta.

A continuación se muestra el Estado de resultados proyectado para los cinco primeros años de operación del proyecto:

Nagasaki Sushi - Bar Restaurante

Estado de resultados

<i>En USD</i>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Ventas		708.492,6	965.995,5	1.071.888,8	1.189.253,5	1.319.320,3
Costo de ventas		335.235,9	464.862,8	525.828,4	594.898,6	672.965,6
Gross Income. Utilidad bruta		373.256,7	501.132,7	546.060,4	594.354,9	646.354,6
Costo de Materiales indirectos		5.013,2	6.346,5	7.043,1	7.821,5	8.691,8
Costo de Mano de Obra Directa		56.620,0	78.719,8	89.070,3	100.770,1	113.994,0
Costo de Mano de Obra Indirecta		7.872,2	8.405,1	8.917,0	9.460,1	10.036,2
Gastos de ventas y administrativos	0	56.204,4	60.009,3	63.663,9	67.541,0	71.654,2
Depreciación		6.137,7	6.137,7	6.137,7	6.137,7	6.137,7
Utilidad operativa	0	241.409,2	341.514,3	371.228,4	402.624,5	435.840,7
Gastos financieros		5.365,1	1.011,3	799,1	561,9	296,7
Ingresos por Intereses		0,0	10.337,8	24.870,5	39.238,8	56.296,9
UTIL. ANTES PART. TRAB.	0	236.044,1	350.840,8	395.299,8	441.301,3	491.840,9
Participacion trabajadores (15%)	0	35.406,6	52.626,1	59.295,0	66.195,2	73.776,1
Utilidad antes de Impuestos		200.637,5	298.214,7	336.004,8	375.106,1	418.064,7
Income Taxes. Impuesto de renta		38.121,1	56.660,8	63.840,9	71.270,2	79.432,3
Utilidad neta		162.516,4	241.553,9	272.163,9	303.836,0	338.632,4
Dividendos pagados al año siguiente		65.006,6	96.621,6	108.865,6	121.534,4	135.453,0
Utilidades acumuladas		0,0	97.509,8	242.442,2	405.740,5	588.042,1
Recompra de acciones		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Cuadro 5.17 Estado de Resultados

Fuente: Investigación de campo

Autora: Diana Flores

5.5.3 FLUJOS DE CAJA

El flujo de caja es un informe financiero que muestra los movimientos de ingresos y egresos y la disponibilidad de efectivo a una fecha determinada

La elaboración del flujo de caja permitirá estimar e identificar las disminuciones o incrementos de efectivo, y sus factores que los causan, durante el horizonte de planeación del proyecto.

En primer lugar, como se conoce los ingresos del proyecto son generados por las ventas que se realicen de los diferentes platillos con los que cuenta el menú.

Además, se incluirán en el flujo de caja los gastos operativos, los mismos que están conformados por los gastos administrativos, los gastos de venta, los gastos de publicidad, y otros gastos.

También hay que tomar en cuenta los gastos no operacionales que corresponden principalmente a los intereses generados por la deuda contraída para el financiamiento del proyecto.

Nagasaki Sushi - Bar Restaurante

Flujo de Tesorería

En USD	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Módulo 1: Actividades operativas						
Ingresos de caja.						
Total de ingresos por ventas y cartera		708.492,6	965.995,5	1.071.888,8	1.189.253,5	1.319.320,3
Total de otros ingresos operativos		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total de ingresos		708.492,6	965.995,5	1.071.888,8	1.189.253,5	1.319.320,3
Egresos						
Pago total de compras	16.761,8	335.235,9	471.405,2	528.892,6	598.362,2	676.880,4
Costo de Materiales indirectos	0,0	5.013,2	6.346,5	7.043,1	7.821,5	8.691,8
Costo de Mano de Obra Directa	0,0	56.620,0	78.719,8	89.070,3	100.770,1	113.994,0
Costo de Mano de Obra Indirecta	0,0	7.872,2	8.405,1	8.917,0	9.460,1	10.036,2
Gastos de administración y ventas	0,0	56.204,4	60.009,3	63.663,9	67.541,0	71.654,2
Impuesto de renta y Participación		73.527,7	109.286,9	123.135,9	137.465,4	153.208,4
Egresos totales	16.761,8	534.473,4	734.172,8	820.722,7	921.420,2	1.034.465,1
Saldo neto de caja antes de compra de activos	-16.761,8	174.019,2	231.822,7	251.166,1	267.833,2	284.855,2
Módulo 2: Inversión en activos fijos						
Compra de activos fijos	34.151,6					
Inversión en activos fijos.		0,0	0,0	11.668,3	0,0	0,0
Saldo neto de caja SNC por compra de activos	-34.151,6	0,0	0,0	-11.668,3	0,0	0,0
Saldo neto de caja SNC después de compra de activos.	-50.913,3	174.019,2	231.822,7	239.497,8	267.833,2	284.855,2
Módulo 3: Financiación externa						
Ingreso de préstamos						
Préstamo de largo plazo a 5 años	10.151,6					
Préstamo a corto plazo	35.199,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pago de préstamos						
Abono a capital del préstamo de LP a 5 años		1.603,4	1.793,0	2.005,2	2.242,4	2.507,6
Intereses del préstamo a LP		1.200,9	1.011,3	799,1	561,9	296,7
Pago o cuota total		2.804,3	2.804,3	2.804,3	2.804,3	2.804,3
Abono a capital CP		35.199,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Intereses de préstamo a CP		4.164,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Pago total o cuota		39.363,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Gran total de pagos o cuotas		42.168,2	2.804,3	2.804,3	2.804,3	2.804,3
SNC de la financiación	45.351,3	-42.168,2	-2.804,3	-2.804,3	-2.804,3	-2.804,3
Módulo 4: transacciones con los dueños						
Patrimonio invertido	24.000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pago de dividendos		0,0	65.006,6	96.621,6	108.865,6	121.534,4
Recompra de acciones		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pago total a accionistas	0,0	0,0	65.006,6	96.621,6	108.865,6	121.534,4
SNC de las transacciones con los dueños	24.000,0	0,0	-65.006,6	-96.621,6	-108.865,6	-121.534,4
NCB for the year after previous transactions	18.438,0	131.851,0	164.011,8	140.072,0	156.163,4	160.516,5
Módulo 5: Transacciones discrecionales						
Liquidación o vencimiento de inversiones temporales		0,0	114.864,3	276.338,8	435.986,7	625.520,6
Rendimiento de las inversiones temporales		0,0	10.337,8	24.870,5	39.238,8	56.296,9
Ingreso total por inversiones temporales		0,0	125.202,1	301.209,3	475.225,5	681.817,5
Inversiones temporales	0,0	114.864,3	276.338,8	435.986,7	625.520,6	835.830,6
SNC de transacciones discrecionales	0,0	-114.864,3	-151.136,7	-134.777,3	-150.295,2	-154.013,2
SNC del año	18.438,0	16.986,7	12.875,1	5.294,7	5.868,2	6.503,3
SNC acumulado	18.438,0	35.424,6	48.299,8	53.594,4	59.462,7	65.966,0

Cuadro 5.18 Flujo de caja
Fuente: Investigación de campo
Autora: Diana Flores

5.6 EVALUACION FINANCIERA

5.6.1 TMAR & TASA INTERNA DE RETORNO

Al realizar una inversión en un determinado proyecto siempre se tiene presente cual será la tasa mínima de ganancia que se obtendrá por dicha inversión o cual será el riesgo que incurre el inversionista al aportar su dinero. De esta manera, la tasa mínima sobre la inversión toma el Nombre de (TMAR).

5.6.1.1 Cálculo del Beta de la Empresa

Para obtener el valor Beta del proyecto, se ha consideración la actividad de la empresa y la industria comparable a la cual pertenecería, es decir el Beta del mercado de Restaurantes, valor que es proporcionado a través de la página Web de los analistas internacionales.

Nombre de la Industria	Betas y Estructura Financiera de Industria			
	Beta	E/(D+E)	Tax Rate	D/(D+E)
Recreation	1,50	73%	17%	27%
Reinsurance	0,98	87%	15%	13%
Restaurant	1,33	86%	22%	14%
Retail (Special Lines)	1,54	85%	20%	15%
Retail Automotive	1,44	78%	32%	22%
Total Mercado	1,15	74%	15%	26%

Damodaram online
Last update enero 2011

Tabla 5.10 Calculo Beta por empresa
Elaborado por: El autor

El Beta presentado para la industria de Restaurantes, corresponde a una Beta apalancado, operativa y financieramente. Por lo tanto se deberá proceder a desapalancar el Beta únicamente en cuanto al componente financiero.

A continuación, se presenta una tabla con los cálculos obtenidos del BETA desapalancado, el cual representa únicamente el riesgo operativo puro del negocio, después de haber quitado el riesgo financiero que presentaba dicho sector.

Datos de Oracle Corporación (ORCL)

DATOS DE LA INDUSTRIA COMPARABLE SECTOR RESTAURANTES	
Beta:	1,33
% Deuda	14%
% Patrimonio	86%
% Impuestos	22%
Beta Desapalancada=	1,18

Cuadro 5.19 Cálculo de Beta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Una vez que se obtuvo el Beta desapalancado de la industria comparable, se procedió a calcular el Beta apalancado para el riesgo financiero de la empresa del presente proyecto, el mismo que se utilizará para la obtención de la TMAR.

$$B_{\text{Apalancado}} = \frac{(1 - L) B_{\text{Desapalancado}}}{(1 - T \cdot L)}$$

L = Nivel de pasivos

T = Tasa impositiva

Datos del actual proyecto

DATOS DE LA COMPAÑIA NAGASAKI CALCULO DEL BETA APALANCADO	
Política de Dividendos	40%
Política de Reinversión	60%
% Deuda	65,4%
% Patrimonio	34,6%
% Impuestos	19%
Beta Apalancada=	2,98

Tabla 5.11 Datos del actual proyecto

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

El Beta obtenido refleja tanto el riesgo operativo como financiero del proyecto.

5.6.1.2 Cálculo de la TMAR

Antes de proceder a calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN) del proyecto, se deberá obtener la tasa de descuento (TMAR), que representa la rentabilidad mínima exigida por el inversor del proyecto en relación al riesgo que lleva consigo invertir en el mismo. Se utilizará la siguiente ecuación:

$$r_e = r_f + \beta(r_m - r_f) + r_{f \text{ Ecu.}}$$

Dónde:

r_e : Rentabilidad exigida del capital propio

r_f : Tasa libre de riesgo

r_m : Tasa de rentabilidad del mercado

$r_{f \text{ Ecu.}}$: Riesgo país del Ecuador

Reemplazando los datos:

Costo de Capital Económico (Re)	
Tasa Libre de Riesgo (T. Bonds, T. BILLS) =	4,5%
Beta Apalancada=	2,98
Prima de Riesgo (T. Bonds, T. BILLS) =	6,8%
Riesgo País Ecuador (Dic10 - Oct11) =	8,27%
Costos de Capital Económico	33,12%

Cuadro 5.20 Costos de capital
Fuente: Investigación de campo
Autora: Diana Flores

Se obtiene:

$$Re = 4,5\% + 2,98*(6,8\%) + 8,27\%$$

$$Re = 33,12\%$$

Se puede observar que en el cálculo del CAPM (r_e), se incluye el riesgo país del Ecuador, el mismo que en la actualidad constituye un valor muy alto en relación al presentado por los demás países latinoamericanos, por varias razones que en su mayoría son de orden político y económico. El valor se encuentra alrededor de los 827 puntos básicos (8.27%), por tal motivo eleva la tasa mínima exigida por el inversor a 40%; esto implica un fuerte incremento a la tasa exigible por el accionista.

En el cálculo del CAPM, se consideró una tasa promedio histórica entre el retorno de los bonos de los Estados Unidos (T-BONDS) y los TreasuryBills (T-BILLS), como la tasa libre de riesgo, debido a que se considera que tienen un riesgo de incumplimiento cero.

La tasa de rentabilidad del mercado se tomó del promedio histórico de Prima de Riesgo, del mercado de acciones de las empresas de EE.UU., calculada por los analistas internacionales.

La tasa de impuesto a la renta del proyecto (19%), fue calculada tomando en consideración el nivel de la política de reinversión que tiene una tasa del 19% y nivel de política de dividendos que tiene gravada una tasa del 25%. El Beta que se utilizó fue calculado anteriormente, el cual es 1,48.

Por último, se obtendrá la rentabilidad exigida al proyecto para cumplir con la rentabilidad exigida por los inversionistas tanto de capital, como de deuda, mediante la siguiente fórmula:

$$r_K = r_d (1 - t)(L) + (1 - L)r_e$$

Donde:

r_d : Tasa de interés de la deuda

t: Tasa de impuestos

L: Nivel de endeudamiento

r_e : Rentabilidad exigida del capital propio

Reemplazando los datos:

Costo Promedio Ponderado De Capitales (WACC)	
D	65,4%
E	34,6%
T=	19%
rd=	9,0%
re =	33,1%
rk =	16,3%

Se obtiene:

$$RK: 19\% * (1 - 19\%) * 65,4\% + 33,1\% * 34,6\%$$

$$RK: 16,3\%$$

5.6.2 VALOR ACTUAL NETO

Después del cálculo la tasa de descuento calculada anteriormente se procederá a calcular el VAN del presente proyecto, considerando el flujo generado por el proyecto durante los 10 años de estudio. Además se calculara la tasa Interna de Retorno

El valor Actual Neto es el valor presente de todos los flujos de efectivo resultantes del proyecto. Al traer las cantidades futuras al presente, el VAN utiliza una tasa de descuento conocida como TMAR, la cual fue calculada en el anterior literal. La TMAR es el dato principal para calcular el Valor presente Neto; ya que corresponde a la tasa de descuento que se utiliza para traer los flujos futuros a presente. Los flujos traídos a tiempo cero se llama flujos Descontados.

Proyecto con deuda:

$$TIR = 738\%$$

$$VAN = 1.952.858$$

Como se puede observar la Tasa Interna de Retorno es mayor a la tasa de rentabilidad mínima exigida por los inversionistas, y el Valor Actual Neto es mayor a cero; por lo tanto esto demuestra la factibilidad económica del proyecto.

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Después de la elaboración y análisis del estudio de mercado de la implementación del restaurante de sushi “NAGASAKI” en la ciudad de Quito, se puede determinar que en realidad existen necesidades por satisfacer dentro del mercado de servicios. A pesar de ser un restaurante con un enfoque diferente en lo que corresponde al servicio, el mismo que propone ideas innovadoras a las existentes en la competencia. Por tanto, sobre estos antecedentes y considerando el perfil de los futuros consumidores, podemos afirmar que efectivamente existe un mercado creciente para el tipo de servicio que se proyecta establecer.
- Podemos concluir que en base a los análisis realizados en los diferentes capítulos de este estudio, el proyecto es rentable y aconsejable de llevar a cabo, ya que el mismo presenta índices estables de rentabilidad.
- La innovación en el servicio, permitirá al proyecto optimizar recursos humanos, y además atraerá la curiosidad del mercado potencial por ser algo novedoso.
- El método de las encuestas es uno de los métodos más efectivos para conocer los gustos y preferencias de las personas con referencia a un tema específico, es por eso que este instrumento permitió obtener resultados bases para la elaboración de este proyecto.
- Se ha determinado como zona estratégica para desarrollar el proyecto, el sector norte de la ciudad de Quito, cuya dirección es Av. Coruña y Av. Whymper. Este sector es importante y valioso por su ubicación, además su infraestructura favorecerá el desarrollo de las actividades dentro del restaurante. Conjuntamente se contratara

personal calificado y se implementara un nivel de tecnología avanzado el cual nos permitirá obtener un producto de alta calidad a un precio competitivo en el mercado.

- Al concluir la evaluación financiera considerando los 5 años que durará el proyecto, se ha determinado que es recomendable la implementación del restaurante de comida japonesa especializado en sushi “NAGASAKI” en la ciudad de Quito, debido a que permite recuperar la inversión efectuada por cada uno de los socios, además obtendrán la rentabilidad mínima exigida.

6.2 RECOMENDACIONES

- Como tenemos conocimiento que existe un mercado creciente para nuestro producto, se deberá desarrollar nuevas estrategias de marketing y publicidad, para hacer conocer nuestro servicio; al igual que se debe contar con un producto innovador y nutritivo, apto para nuestros futuros clientes.
- Una vez puesto en marcha la ejecución del proyecto, se deberá realizar continuamente un seguimiento de las necesidades y exigencias de los clientes, con el objetivo de mantener un nivel de satisfacción alto, y ampliar nuestro mercado presentando variedad en el menú.
- En la etapa de introducción y madurez del restaurante poner mucho énfasis en el cálculo de los tiempos de espera de cocción al momento que el cliente realiza el pedido, ya que este tiempo es crítico para una próxima visita del mismo cliente.
- En lo que corresponde al estudio técnico, es muy importante que se implemente un proceso de control al área de producción, ya que esta fase se ha determinado como la base de la empresa; lo cual nos permitirá manejar y asegurar los niveles de producción establecidos dentro del proyecto.

- De acuerdo al análisis realizado en este proyecto, después de los dos primeros años del funcionamiento se podría analizar la factibilidad de establecer franquicias dentro de la urbe de la ciudad de Quito.

BIBLIOGRAFIA

- María del Carmen Morfin Herrera, Administración de Comedor y Bar, Editorial Trillas.
- Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, Sexta edición, Mc Graw Hill
- http://www.kokeshimarket.com.mx/vajillas_orientales_utencilios_de_cocina_japoneses_productos.html
- <http://shopping.idoneos.com/index.php?ml=119782078&url=http%3A%2F%2Fpmstrk.mercadolibre.com.ar%2Fjm%2FPmsTrk%3Ftool%3D270751%26go%3D%2Fjm%2Fitem%3Fsite%3DMLA%24%24id%3D119782078>
- <http://www.decovida.com/tendencias/tu-vajilla-para-sushi/>
- Eva Heller, Psicología del color, Editorial Gustavo Gili.
- La cocina japonesa y nikkei, Lexus S.A, Edición 2009.
- Martha Rose Shulman, Atlas mundial del Gastrónomo, Editorial Blume.

GLOSARIO

Kion: conocido también como jengibre.

Wasabi: pasta elaborada con rábano silvestre.

Tempura: preparación a base de harina, huevo y hielo originaria de Portugal, que aporta al rebozado una textura ligera y crocante.

Makisu: Esterilla de bambú para enrollar al sushi y dar forma cilíndrica a los alimentos.

Palta: también conocido como aguacate.

Sashimi togarashi: En japonés significa “guindilla de siete sabores”. Mezcla de siete especias (nori, ajonjolí, ralladura de naranja, etc.) que se usa para aderezar los fideos, guisos y asados.

Recoto: tipi de ají, muy picante. .

Hondashi: Dashi en polvo (Dashi: caldo básico japonés, preparado con algas kombu y katsuobushi – escamas de bonito seco-).

Misoshiru: sopa de miso

Miso: pasta de soya fermentada. Tiene distintas variedades: amarilla, roja, marrón y blanca. Se diferencian entre sí por su sabor y textura. Se emplea en sopas, salsas y adobos.

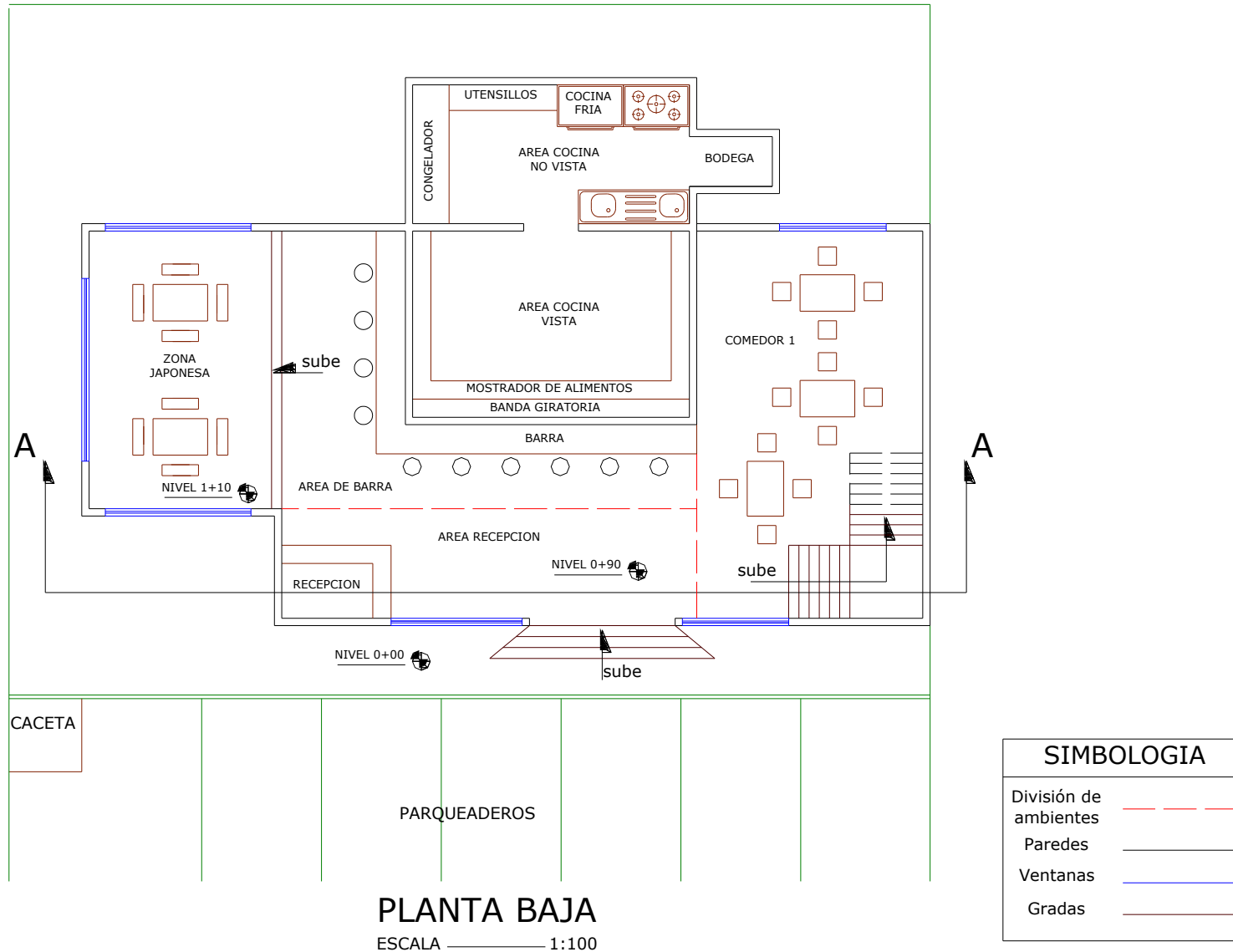
Chives: palabra inglesa para el llamado cebollín, cebolleta o cebollino.

Aguedofu: tofu frito

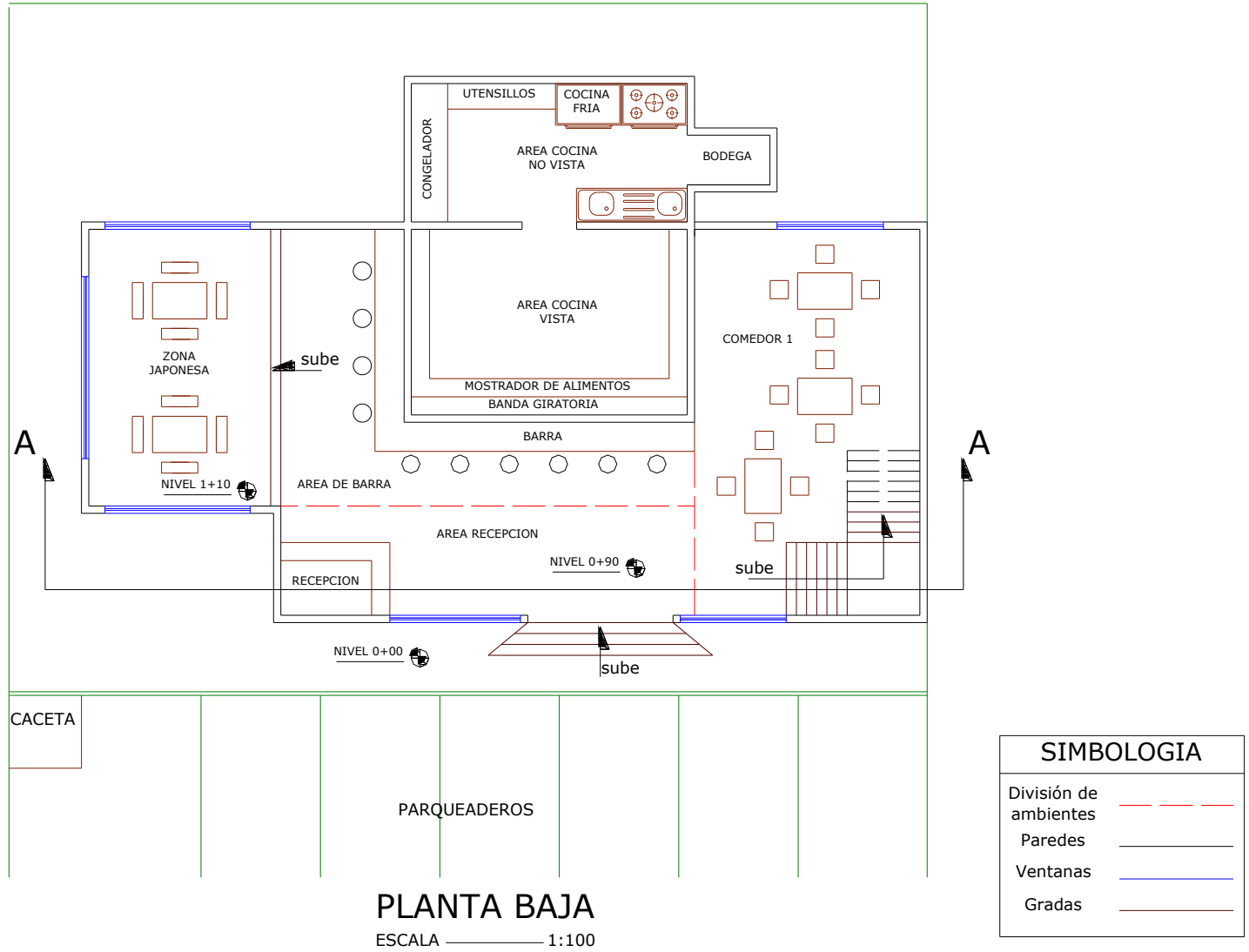
Mirin: variante dulce del sake, de baja graduación alcohólica, que se usa solo para cocinar, endulzar salsas, platos a la parrilla y glaseados

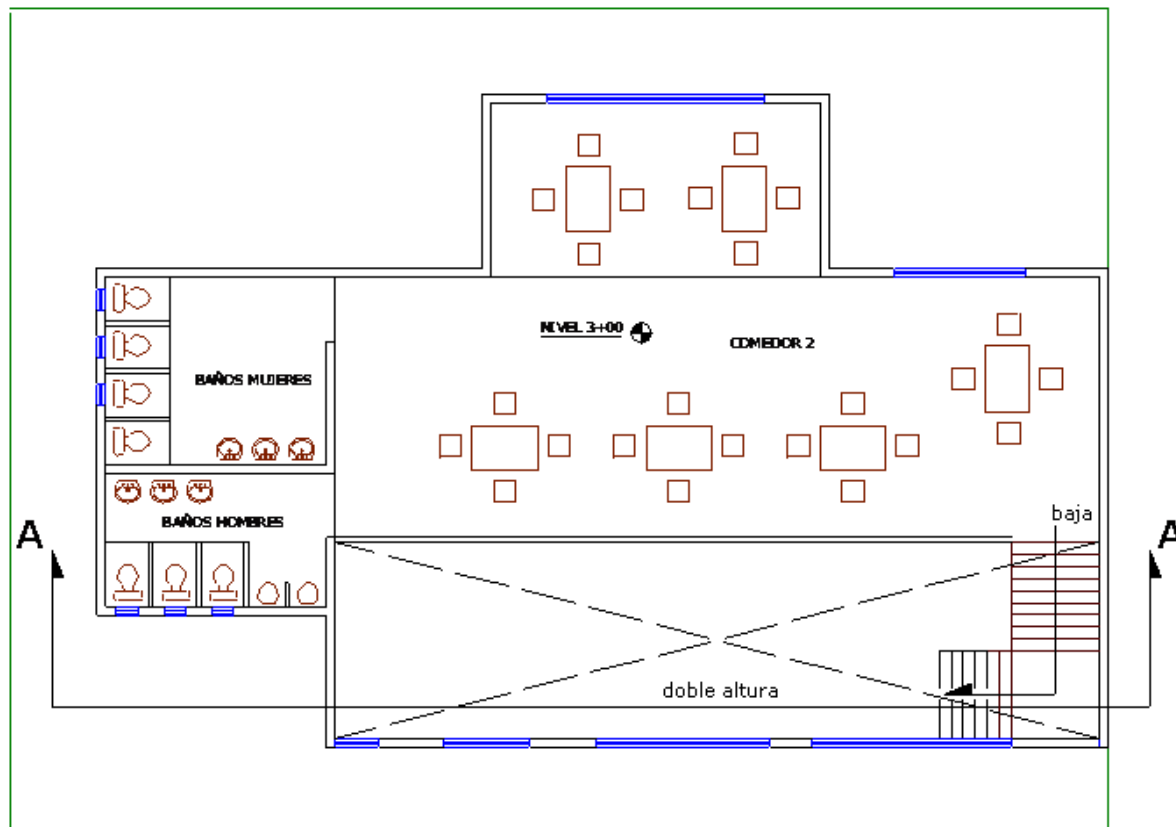
Cebolla china: también conocida como cebolleta. Se trata de un bulbo de mayor tamaño del chives.

ANEXO 2



ANEXO 3





SEGUNDO PISO

ESCALA ——— 1:100

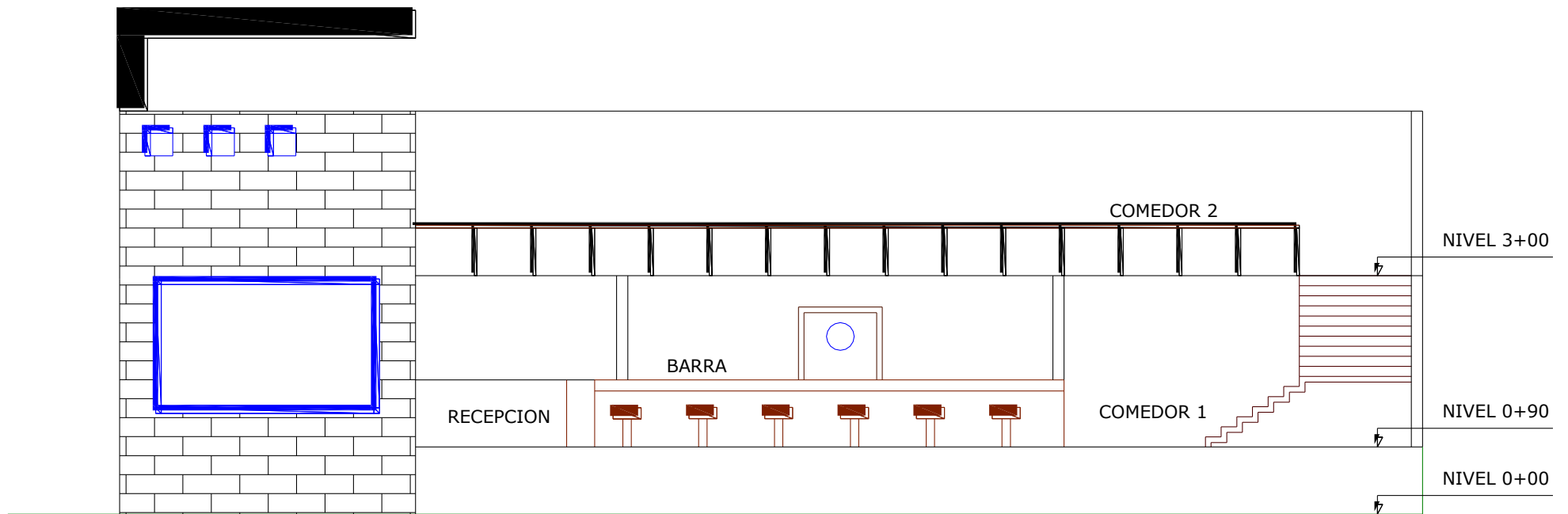
SIMBOLOGIA	
División de ambientes	— — — — —
Paredes	—————
Ventanas	—————
Gradas	—————

ANEXO 4



FACHADA PRINCIPAL

ESCALA _____ 1:25



CORTE A - A

ESCALA _____ 1:25

