

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK DEL ECUADOR

FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

**Carrera de Administración y Dirección de Empresas
Turísticas y Hoteleras**

TESIS DE GRADO

TEMA: Estudio de Mercado para la implementación de un
Sushi - Bar en el Aeropuerto Internacional Mariscal
Sucre de la ciudad de Quito.

AUTOR: María Alejandra Castro Correa

DIRECTOR TESIS: Ing. Roberto Unda

Quito, Febrero 2008

A mis padres que me dieron la vida
Y a quienes debo todo lo que soy
A mi esposo, por ser mi gran inspiración
Y mi mayor alegría

Agradezco a Dios, por iluminar mi camino y guiarme en todo momento con su
inmensa bondad y sabiduría.

A mi padre, por todo su sacrificio y apoyo incondicional, por sus sabios consejos, por
ser un gran hombre y de quien siempre me he sentido orgullosa.

A mi madre, por todo su cariño y comprensión, por ser una mujer simplemente
maravillosa.

A mi esposo, porque ha sido para mí un ejemplo de superación y perseverancia.
Por hacerme muy feliz.

A mis hermanos adorados, Luís Antonio y María Cecilia, por ser todo para mí.

A mis suegros, Roxana y Milton, por su gran apoyo y cariño.

A mi cuñado Miguel Luciano, por ser un hermano más.

A mi cuñado Christian, por toda su valiosa ayuda.

Un agradecimiento especial, al Ing. Rodrigo Irigoyen, al Ing. Roberto Unda, al Ing.
Diego Arboleda y a la Lcda. Katty Villacís, por su profesionalismo y constante apoyo
para que una de las metas más importantes en mi vida se haga realidad.

Al Ing. Alex Moreno, Gerente Comercial - QUIPORT y al Sr. Mario Angulo, Jefe de
cocina del Tanoshi, Swissotel - Quito, a ellos por su amistad tan sincera y por que
sin su aporte, la mayor parte de este proyecto no hubiese podido ser desarrollado
con éxito.

A la Universidad Internacional SEK y a la Facultad Turismo y Patrimonio Cultural, por
darme los conocimientos necesarios para iniciar mi profesión.
Por dejar en mi mente y en mi corazón tan gratos recuerdos.

RESUMEN

La tendencia actual de la gastronomía occidental se centra en destacar el sabor de los alimentos y aligerar la densidad de las salsas y condimentos. Estos principios son de cierta manera "extraídos" de la cocina nipona, que se ha hecho profundamente popular entre los comensales de este lado del mundo. El rey de esta "fiebre" occidental por la cocina japonesa es el sushi, que es a la vez una de las comidas más representativas del Japón.

El sushi es un deleite para la vista, una revelación para el gusto y una exquisitez culinaria imposible de olvidar. El que se come hoy en día deriva de una antiquísima forma de conservar el pescado que indicaba que éste debía cubrirse con arroz dentro de un recipiente tapado con una piedra, y de esta manera el arroz se fermentaba y se tornaba ácido. Actualmente, el sushi se elabora con múltiples cortes de pescado y mariscos de gran frescura, que son colocados sobre arroz frío ligeramente sazonado con vinagre. Y es justamente el vinagre el que proporciona el gusto ácido que tenía el arroz del antepasado del sushi, el cual se llamaba Nare-zushi.

El paladar de los ecuatorianos se está rindiendo ante el ritual de la comida japonesa, entre sushi, tempura, sashimi, rolls y demás exquisiteces. Pero la "manía" ha llegado a tales niveles que la gente toma clases para aprender a preparar las sofisticadas recetas niponas, pide los platos con mucha propiedad y hasta maneja los palitos con gran pericia. Así lo confirmaría los incrementos de aproximadamente del 10% mensual que actualmente restaurantes de Sushi están teniendo en la ciudad de Quito, lo que genera grandes beneficios económicos, especialmente por la brecha que existe entre los gastos y precio de venta existentes.

El presente proyecto recoge esta moda por la cultura y esencialmente por la gastronomía japonesa en el mundo, de ahí que uno de los mejores lugares para potencializarlo, es implementando un Sushi-Bar en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, específicamente en el área de salida internacional, donde existe un ambiente cosmopolita y que actualmente sus usuarios tienen algo más en común: su gusto por el sushi.

Para sustentar la viabilidad de esta idea se ha elaborado el presente Proyecto de Factibilidad el cual consta de cuatro capítulos, que básicamente tratan de los siguientes aspectos:

CAPITULO I: ANTECEDENTES

Trata temas relacionados con la nación japonesa, en cuanto a datos generales: población, extensión territorial, historia, gastronomía sobre el sushi como sus orígenes; forma de consumir el sushi, presentación, estilo y variedades. Además se hace una aproximación de la gastronomía japonesa en el Ecuador y que a la vez nos permite conocer la magnitud de este tipo de negocio. Este capítulo trata además sobre la descripción del producto, el proceso de servicio y finalmente factores legales que deben tomarse en cuenta para dar vida jurídica a la empresa y todos aquellos trámites que deberán cumplirse para su funcionamiento.

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

Determina al mercado objetivo que para el presente proyecto son los pasajeros ó usuarios del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, el tamaño de la muestra, el cuestionario y el desarrollo de la encuesta. Uno de los factores mas importantes es determinar la demanda potencial dentro del área de salida Internacional, el precio referencial de los rollos de sushi, los ingredientes básicos que constituirán las recetas de dichos rollos y los tipos de bebida que se ofrecerá.. Finalmente determinar el grado de aceptación del proyecto el cual da viabilidad de mercado.

El capítulo se complementa con un análisis FODA, para ubicar los factores claves de éxito, los cuales se implementarán en el Plan de Marketing Mix. Finalmente se determinará el tamaño del Proyecto en relación a la demanda potencial como a la capacidad instalada que permitirá demostrar técnicamente que el volumen de producción es viable y sus valores servirán de referencia para el cálculo de los costos y de los ingresos estimados para un periodo de tres años.

CAPITULO III: ANALISIS ECONÓMICO FINANCIERO.

El análisis económico es un estudio minucioso de los costos en base a siete recetas de rollos de sushi, las cuales se convierten en hojas de cálculo, y se consolidan para obtener un costo promedio, en base al estudio técnico se determina el número de unidades a producirse en forma diaria, semanal, mensual y anual; la relación unidades producidas servirá además para estimar los ingresos.

Se estima el monto total de la inversión en relación al total de activos fijos, diferidos, capital de trabajo, e imprevistos. Posteriormente se desarrolla un análisis sobre las depreciaciones, amortización y gastos de constitución.

Además se determina las fuentes y formas de financiamiento para el proyecto que son: Propia de los inversionistas y Crédito bancario, de éste último se desarrolla su tabla de amortización y se determina el punto de equilibrio.

Para el análisis financiero se elabora el flujo de caja, basado en los ingresos y gastos estimados del proyecto en un horizonte de tiempo de tres años, luego se calcula, VAN, TIR, Periodo Recuperación de la Inversión, Análisis Beneficio/Costo, todos estos indicadores en forma individual y luego colectivamente fijaran la rentabilidad y viabilidad económica financiera del proyecto.

CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En éste capítulo se extrae los aspectos más importantes del proyecto de una manera analítica - sintáctica que concluyen dando viabilidad de: mercado, legal, operativo, financiero y económico. Finalmente las recomendaciones que se consideran oportunas para la implementación de dicho proyecto a corto y mediano plazo.

ABSTRACT

Current trend in western gastronomy focuses on highlighting food flavor and making sauce and seasoning lighter. These principles are in some way “taken” from Japanese cuisine that has become widely popular among people coming to dinner on this side of the world. The king of this western “passion” for Japanese food is “sushi”, which is also one of the most representative meals of Japan.

Sushi is a delight to sight, a revelation to taste, and a culinary exquisiteness you will never forget. Sushi, as we use to eat nowadays comes from a very ancient way of preserving fish that consisted of keeping rice in a container, pressed under a stone. Thus, rice fermented and became acidic. Sushi is currently made with a great variety of very fresh fish and seafood cuts that are put on vinegar-seasoned cold rice. In addition, it is just vinegar that gives rice the acidic taste of the antecessor sushi rice named *Nare-zushi*.

Ecuadorian taste is bowing to Japanese food ritual, amongst *sushi*, *tempura*, *sashimi*, rolls, and other delicious dishes. However, this “obsession” has reached such levels that people take classes to learn how to prepare the refined Japanese recipes, order dishes properly, and even skillfully handle sticks. This would be proven through approximately 10% monthly increases experienced by restaurants in the city of Quito, which yields high economic profits, particularly due to the gap existing between current expenses and sales price.

This project takes this culture-oriented fashion, for Japanese gastronomy worldwide. This is why one of the best places to boost it would be implementing a Sushi Bar at Mariscal Sucre International Airport in the city of Quito, specifically at the international exit where there is a cosmopolitan environment, and because users currently have something more in common – their pleasure for sushi.

To support this idea practicability, the present Feasibility Project was drawn up, which consists of four chapters that primarily deal with issues below.

CHAPTER I – ANTECEDENTS

It addresses issues related to the Japanese nation, particularly regarding general data to wit: population, area, and history; sushi gastronomy such as its origins, consuming habits, appearance, style, and diversity. Besides, an approach to Japanese gastronomy in Ecuador allows us to learn about the magnitude of this type of business. This chapter also deals with product description, service process, and finally legal factors to be taken into account to legalize the enterprise, and all those formal arrangements to be made for its operation.

CHAPTER II – MARKET SURVEY

Specifies target market, which is made up by passengers and users of Mariscal Sucre International Airport, sample size, questionnaire, and survey administration. One of the most important factors is determining the potential demand inside international exit, individual sushi roll reference price, and types of beverages to be offered. Finally, the extent of project acceptance that leads to market feasibility is identified.

This chapter is complemented by a SWOT Analysis, to identify key factors to success, which will be implemented in the Marketing Mix Plan. Finally, the Project size related to potential demand will be set as the installed capacity that will be helpful to technically prove that production output is viable, and its values will be useful as a reference to figure out estimated costs and revenues for a three-year period.

CHAPTER III – ECONOMIC & -FINANCIAL ANALYSIS

Economic and financial analysis is thorough cost analysis based on seven sushi roll recipes, which are translated into spreadsheets that are then consolidated to obtain an average cost. The number of units to be produced on a daily, weekly, monthly and annual basis is estimated based on this technical assessment, and produced unit ratio will help estimate revenues.

The total amount of investment is estimated in relation to total fixed assets, deferred assets, working capital, and unforeseen expenses. An analysis of depreciation, amortization, and formation expenses is subsequently conducted.

Additionally, project financing sources and modes are identified, which are the following: typical investor mode, and bank credit. An amortization schedule is developed, and a break-even point is set.

For financial analysis, cash flow is prepared based on project revenues and expenses estimated on a three-year period horizon. NPV, IRR, Payback Period, Cost-Benefit Analysis are then calculated. All of these indicators will both individually and collectively set project profitability and economic and financial feasibility.

CHAPTER IV: CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

In this chapter, the most important project issues are drawn on an analytical-syntactical basis, which result in legal, operating, financial and economic market feasibility. Finally, recommendations considered pertinent for the short- and mid-term implementation of this project are provided.

INDICE

| | |
|---------------------------------------------------------------|----|
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| 1. ANTECEDENTES..... | 1 |
| 1.1. HISTORIA DE JAPÓN | 2 |
| 1.1.1. <i>Datos relevantes de Japón</i> | 3 |
| 1.1.2. <i>El archipiélago Nipón del Pacífico</i> | 3 |
| 1.1.3. <i>El imperio del Sol Naciente</i> | 4 |
| 1.2. SUSHI | 5 |
| 1.2.1. <i>ETIMOLOGÍA</i> | 5 |
| 1.2.2. <i>HISTORIA</i> | 5 |
| 1.2.3. <i>CÓMO COMER SUSHI.</i> | 7 |
| 1.2.4. <i>Presentación</i> | 7 |
| 1.2.5. <i>Estilos y Variedades</i> | 8 |
| 1.2.5.1. <i>Makizushi (巻き寿司)</i> | 8 |
| 1.2.5.2. <i>Futomaki (太巻き)</i> | 8 |
| 1.2.5.3. <i>Hosomaki (細巻き)</i> | 8 |
| 1.2.5.4. <i>Kappamaki (河童巻)</i> | 9 |
| 1.2.5.5. <i>Temaki (手巻き)</i> | 9 |
| 1.2.5.6. <i>Uramaki (裏巻き)</i> | 9 |
| 1.2.5.7. <i>Oshizushi (押し寿司)</i> | 9 |
| 1.2.5.8. <i>Nigirizushi (握り寿司)</i> | 9 |
| 1.2.5.9. <i>Gunkanzushi (軍艦寿司)</i> | 9 |
| 1.2.5.10. <i>Inarizushi (稲荷寿司)</i> | 9 |
| 1.2.5.11. <i>Chirashizushi (散らし寿司)</i> | 10 |
| 1.2.5.12. <i>Edomae chirashizushiz.</i> | 10 |
| 1.2.5.13. <i>Gomokuzushi (五目寿司)</i> | 10 |
| 1.2.5.14. <i>Narezushi (なれ鮓)</i> | 10 |
| 1.2.6. <i>Ingredientes</i> | 10 |
| 1.3. INFLUENCIA DE LA GASTRONOMÍA JAPONESA EN EL ECUADOR..... | 13 |

| | | |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.4. | DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL AEROPUERTO | 15 |
| 1.4.1. | <i>Proceso del servicio</i> | 16 |
| 1.4.2. | <i>Diagrama del proceso</i> | 17 |
| 1.5. | FACTORES LEGALES | 18 |
| 1.5.1. | <i>Nombre o razón Social</i> | 19 |
| 1.5.2. | <i>Titularidad de la propiedad de la empresa</i> | 20 |
| 1.5.3. | <i>Compañía limitada</i> | 20 |
| 1.5.4. | <i>Capital mínimo</i> | 20 |
| 1.5.5. | <i>Trámite de constitución de la compañía</i> | 21 |
| 1.5.6. | <i>Requisitos de funcionamiento</i> | 22 |
| 1.5.7. | <i>Ley de propiedad intelectual</i> | 22 |
| 1.5.8. | <i>Obtención de la patente municipal</i> | 22 |
| 1.5.9. | <i>Patentes de personas naturales</i> | 23 |
| 1.5.10. | <i>Patente jurídica de nueva empresa</i> | 23 |
| 1.5.11. | <i>Obtención del permiso sanitario de funcionamiento</i> | 23 |
| 1.5.12. | <i>Cumplimiento de la ley de Seguridad</i> | 24 |
| 1.5.13. | <i>Leyes Tributarias</i> | 24 |
| 1.6. | DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN | 26 |
| 1.6.1. | <i>Organigrama Estructural y Posicional</i> | 27 |
| 1.6.2. | <i>Organigrama Estructural y Funcional descripción de funciones</i> | 27 |
| CAPÍTULO II | | 28 |
| 2. | ESTUDIO DE MERCADO | 29 |
| 2.1. | OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 29 |
| 2.1.1. | <i>Objetivo General</i> | 29 |
| 2.1.2. | <i>Objetivos Específicos</i> | 29 |
| 2.2. | INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA | 29 |
| 2.2.1. | <i>Datos Estadísticos de Pasajeros del Aeropuerto</i> | 29 |
| 2.2.2. | <i>Características y tendencias del mercado en el Aeropuerto</i> | 31 |
| 2.3. | INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE | 34 |

| | | |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.1. | <i>Técnicas de Observación</i> | 34 |
| 2.3.2. | <i>Diseño de la Encuesta</i> | 34 |
| 2.3.3. | <i>Determinación del Tamaño de la Muestra</i> | 35 |
| 2.3.4. | <i>Distribución de la encuestas</i> | 36 |
| 2.3.5. | <i>Desarrollo de la encuesta</i> | 36 |
| 2.3.5.1. | <i>Pregunta N° 1: ¿Edad?</i> | 36 |
| 2.3.5.1.1. | <i>Análisis</i> | 37 |
| 2.3.5.2. | <i>Pregunta N0 2: ¿Género?</i> | 37 |
| 2.3.5.2.1. | <i>Análisis</i> | 38 |
| 2.3.5.3. | <i>Pregunta N° 3: ¿Nacionalidad?</i> | 38 |
| 2.3.5.3.1. | <i>Análisis</i> | 39 |
| 2.3.5.4. | <i>Pregunta N° 4: ¿Motivo del viaje?</i> | 39 |
| 2.3.5.4.1. | <i>Análisis</i> | 40 |
| 2.3.5.5. | <i>Pregunta N°5: ¿Es usted viajero frecuente del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre?</i> | 40 |
| 2.3.5.5.1. | <i>Análisis</i> | 41 |
| 2.3.5.6. | <i>Pregunta N° 6: ¿Ha probado el Sushi?</i> | 41 |
| 2.3.5.6.1. | <i>Análisis</i> | 41 |
| 2.3.5.7. | <i>Pregunta N° 7: ¿Le gusta el sushi?</i> | 42 |
| 2.3.5.7.1. | <i>Análisis</i> | 42 |
| 2.3.5.8. | <i>Pregunta N° 8: ¿Con que frecuencia lo consume?</i> | 43 |
| 2.3.5.8.1. | <i>Análisis</i> | 43 |
| 2.3.5.9. | <i>Pregunta N° 9: ¿De las variedades de rollos que existen, usted preferiría los que contengan?</i> | 44 |
| 2.3.5.9.1. | <i>Análisis</i> | 45 |
| 2.3.5.10. | <i>Pregunta N°10: ¿Con que tipo de bebida le gustaría acompañar el sushi?</i> | 46 |
| 2.3.5.10.1. | <i>Análisis</i> | 47 |
| 2.3.5.11. | <i>Pregunta N° 11: ¿Lo preferiría consumir?</i> | 48 |
| 2.3.5.11.1. | <i>Análisis</i> | 48 |
| 2.3.5.12. | <i>Pregunta N° 12: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un rollo de sushi que incluye 8 piezas?</i> | 49 |
| 2.3.5.12.1. | <i>Análisis</i> | 50 |

2.3.5.13. *Pregunta N°13: ¿Si le comentaría que próximamente se va a inaugurar un sushi bar dentro del aeropuerto, que tan dispuesto estaría a consumir los productos que ofrezcan?.*

50

| | | |
|-------------|---------------------------------------------------------|----|
| 2.3.5.13.1. | Análisis..... | 51 |
| 2.3.6. | Conclusiones del Estudio de Mercado..... | 51 |
| 2.4. | MATRIZ FODA..... | 52 |
| 2.4.1. | Definición | 52 |
| 2.4.2. | Matriz FODA | 53 |
| 2.4.2.1. | Fortalezas | 53 |
| 2.4.2.2. | Debilidades | 54 |
| 2.4.2.3. | Oportunidades | 54 |
| 2.4.2.4. | Amenazas | 54 |
| | CUADRO N°25 (Amenazas) | 54 |
| 2.5. | ESTRATEGIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SUSHI- BAR | 55 |
| 2.5.1. | Identificación de factores claves de éxito | 55 |
| 2.5.1.1. | Innovación..... | 55 |
| 2.5.1.2. | Tecnología | 55 |
| 2.5.1.3. | Procedimiento para la elaboración | 55 |
| 2.5.1.4. | Logística..... | 56 |
| 2.5.1.5. | Precio de venta | 56 |
| 2.5.1.6. | Servicio al cliente | 57 |
| 2.5.1.7. | Horarios de atención..... | 57 |
| 2.5.2. | Estrategia organizativa..... | 57 |
| 2.5.2.1. | Misión..... | 57 |
| 2.5.2.2. | Visión | 57 |
| 2.5.2.3. | Valores | 58 |
| 2.5.2.4. | Nombre | 58 |
| 2.5.2.5. | Razón social..... | 58 |
| 2.5.2.6. | Eslogan | 58 |
| 2.5.2.7. | Logotipo | 58 |
| 2.6. | ESTRATEGIA DE MARKETING MIX..... | 59 |
| 2.6.1. | Producto..... | 59 |

| | | |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.6.2. | <i>Precio</i> | 59 |
| 2.6.3. | <i>Promoción</i> | 59 |
| 2.6.4. | <i>Punto de venta</i> | 60 |
| 2.6.5. | <i>Cadena de comercialización</i> | 60 |
| 2.6.6. | <i>Publicidad</i> | 60 |
| 2.7. | TAMAÑO DEL PROYECTO | 60 |
| 2.7.1. | <i>Capacidad instalada</i> | 62 |
| 2.7.2. | <i>Relación demanda potencial versus capacidad instalada</i> | 63 |
| CAPÍTULO III | | 65 |
| 3. | ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO | 65 |
| 3.1. | COSTOS | 65 |
| 3.1.1. | <i>Elaboración de rollos de sushi</i> | 65 |
| 3.1.2. | <i>Costos de elaboración de rollos en base al número de clientes</i> | 70 |
| 3.1.3. | <i>Costos bebidas</i> | 72 |
| 3.1.3.1. | <i>Consolidado costos elaboración de sushi rolls y bebidas</i> | 74 |
| 3.2. | INGRESOS | 74 |
| 3.2.1. | <i>Ingresos sobre rollos de sushi</i> | 75 |
| 3.2.2. | <i>Ingresos por bebidas</i> | 75 |
| 3.2.3. | <i>Consolidado de ingresos</i> | 76 |
| 3.3. | SUELDO EMPLEADOS | 76 |
| 3.3.1. | <i>Consolidado sueldo empleados</i> | 77 |
| 3.3.2. | <i>Arriendo local</i> | 77 |
| 3.3.3. | <i>Servicios básicos</i> | 78 |
| 3.3.4. | <i>Artículos de limpieza</i> | 78 |
| 3.3.5. | <i>Publicidad y propaganda</i> | 78 |
| 3.3.6. | <i>Gastos varios</i> | 79 |
| 3.3.7. | <i>Consolidado Costos y gasto</i> | 79 |
| 3.4. | INVERSIÓN DEL PROYECTO | 79 |
| 3.4.1. | <i>Activos Fijos</i> | 80 |
| 3.4.2. | <i>Gastos de constitución de la empresa</i> | 82 |

| | | |
|-------------------|-------------------------------------------------------|----|
| 3.4.3. | <i>Capital de trabajo</i> | 82 |
| 3.4.4. | <i>Inversión del proyecto</i> | 83 |
| 3.4.5. | <i>Financiamiento del proyecto</i> | 84 |
| 3.4.6. | <i>Amortización y crédito bancario</i> | 84 |
| 3.4.7. | <i>Depreciaciones y amortizaciones</i> | 86 |
| 3.5. | COSTOS | 88 |
| 3.5.1. | Costos Fijos | 88 |
| 3.5.2. | Costos variables..... | 88 |
| 3.5.3. | Costos totales | 89 |
| 3.6. | PUNTO DE EQUILIBRIO | 89 |
| 3.6.1. | Punto de equilibrio para el año 2008 | 90 |
| 3.6.2. | Análisis del valor actual neto (VAN)..... | 92 |
| 3.6.3. | Análisis de la tasa interna de retorno (TIR) | 93 |
| 3.6.4. | Periodo de recuperación de la inversión (P.R.I) | 94 |
| 3.6.5. | Análisis Beneficio / Costo (B/C) | 94 |
| CAPITULO IV | | 95 |
| 4. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 95 |
| 4.1. | CONCLUSIONES | 95 |
| 4.2. | RECOMENDACIONES | 97 |
| 5. | BIBLIOGRAFÍA..... | 98 |

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES

Una de las comidas típicas de mayor aceptación en los últimos tiempos, es sin lugar a dudas, la japonesa. Gracias a la gran cantidad de inmigrantes japoneses, pos II Guerra Mundial, es que sus finos platos, hoy en día son del gusto de una gran cantidad de personas alrededor del mundo. Pero uno de los platos, tanto en oriente, como en occidente, es el sushi. El cual ha tenido que ir amoldándose, por razones de gusto, a los paladares occidentales.

La belleza en la presentación de los platos y el uso de los ingredientes más frescos hacen de la cocina japonesa un deleite tanto para la vista como para el paladar.

Actualmente la cocina ofrece más variedades que nunca y dentro de esta generalidad, la gastronomía japonesa está en pleno auge. En ello influye el hecho de que está a medio camino entre la alimentación vegetariana y la tradicional.

Hasta hace pocos años la gastronomía del imperio del sol naciente era prácticamente desconocida en occidente, pero la paulatina implantación de restaurantes japoneses, ha hecho posible que empecemos a conocer una deliciosa manera de preparar, presentar y degustar los alimentos.

Si la cocina occidental busca la mezcla de sabores, los japoneses prefieren conservar el sabor y el aspecto original de cada ingrediente, los mismos que son preparados por separado para realzar sus cualidades y son servidos en porciones pequeñas minuciosamente elaboradas.

La palabra mágica de la cocina japonesa es "armonía", igual que si se tratara de un centro floral. Así es como se elabora un plato japonés, disponiendo los elementos y los colores con elegancia y buen gusto. Un proverbio japonés dice: "La cocina francesa se come con la garganta, la china con la lengua y la japonesa con los ojos". Cada plato debe ser un delicado cuadro que atraiga al comensal más que por su sabor, por el deleite estético que ha de ser para sus ojos.

1.1. Historia de Japón

Japón, aislado del mundo exterior durante más de tres siglos, creó una cultura y tradiciones únicas. Después de varios años una ola de modernidad sacudió el país en el momento de la restauración de Meiji en 1868. En la actualidad Japón es uno de los principales países industrializados.

El modo de vida de los japoneses está considerado como elevado por varios métodos de medida. Actualmente, los japoneses son cada vez más proclives a adoptar el modo de vida occidental, particularmente en lo que se refiere al mobiliario y a la alimentación. El alto nivel de higiene, al igual que el índice de criminalidad excepcionalmente baja es especialmente destacable.

Japón presenta las siguientes características:

- Es un Estado independiente y democrático.
- Su forma política es la monarquía constitucional.
- El emperador es el jefe y símbolo del Estado.
- El primer ministro es el jefe del gobierno.
- Su Constitución está vigente desde 1947.
- Japón pertenece a varias organizaciones internacionales, como la ONU y el G -7.
- Su moneda es el yen. La lengua oficial es el japonés. Las religiones mayoritarias son el sintoísmo y el budismo.
- Su territorio está dividido en 47 prefecturas. La capital del país es Tokio, el centro económico, industrial, comercial y cultural de Japón. *(Ver anexo 1, imagen N° 1)*

Tokio, la capital y mayor ciudad de Japón, es también el centro donde se instalan las grandes empresas e instituciones financieras del país. A finales de la década de 1960 se empezaron a construir grandes edificios de oficinas y hoteles en el distrito de Shinjuku, que hoy es la mayor zona comercial, empresarial y de ocio de la ciudad. Al fondo de la imagen despunta el volcán Fuji Yama. *(Ver anexo 2, fotografía N°1)*

¹ ENCICLOPEDIA DEL CONOCIMIENTO, Tomo1, Geografía, Colombia, Edit. España, 2003, p.97.

1.1.1. Datos relevantes de Japón

Capital: Tokio

Ciudades Principales: Osaka, Nagoya, Sapporo, Kobe, Kyoto, Fuokooka, Hiroshima, Kawasaki.

Superficie: 377.835

Población: 125 millones de habitantes

Densidad: 331 habitantes/ Kilómetro cuadrado

Tasa de Natalidad: 9.6%

Tasa de Mortalidad: 7%.

1.1.2. El archipiélago Nipón del Pacífico

El territorio japonés está formado por una cadena de islas localizadas en el este de Asia y bañadas por el océano Pacífico y algunos de sus mares, como son: Ojotsk, de la China Oriental y del Japón.²

Cuatro islas que representan casi todo el territorio japonés:

- La más grande es Honshū y en ella se localizan las ciudades más importantes del país, todas ellas próximas al litoral: la aglomeración urbana de Tokio, que supera los 26 millones de habitantes e incluye Yokohama y Kawasaki; Osaka (con más de 3 millones), Nagoya, Kyoto y Kōbe, que también son millonarias.
- La isla de Shikoku es la más pequeña de las cuatro, y el mar Interior de Seto la separa de Honshū.
- Hokkaidō (antigua Yeso) es la más septentrional de las cuatro islas. Su capital es Sapporo, con más de 2 millones de personas. Próximas están las islas Kuriles, en litigio con Rusia.

² ENCICLOPEDIA BARSA, Tomo IX, Buenos Aires, 1988, p.131

- Kyūshū (Kiushiu) es la más meridional de las grandes islas. Más al sur aún, se encuentran las islas Ryūkyū o Nansei, casi pegadas a Taiwán.
- La costa japonesa es muy recortada y extensa (la quinta más larga del mundo, con unos 29.000 Km.). A veces se ve golpeada por gigantescas olas llamadas tsunamis, de origen sísmico.

1.1.3. El imperio del Sol Naciente

Antiguos mitos y leyendas de Japón nos hablan sobre sus orígenes.

- Hace más de 2.000 años, los ainus mantenían grandes luchas con otros pueblos del Sureste asiático.
- En los primeros siglos de la era cristiana, la civilización Yayoi se destacaba por el uso del bronce y del hierro.
- Hace unos 1.200 años, el budismo legó grandes obras de arte, como la enorme estatua del Buda de bronce de Nara, en el templo Todaiji, que es la construcción de madera más grande del mundo, a raíz de esto se empezó a vestir el kimono...
- Tiempos de paz y prosperidad llegaron durante el periodo Heian, hace mil años: se construía con techos de paja y vigas de madera, y se usaban los biombos y tatamis (plancha de paja de arroz trenzada).
- Llegaron los señores feudales (daimios) apoyados por sus guerreros samuráis, y edificaron templos para disfrutar del rito del té, que rodearon de jardines de arena, piedra y pequeños arbustos (bonsáis). Surgieron los castillos, como el de Himeji, y proliferaron las tallas de madera y las máscaras para las obras del teatro nō.
- Más tarde, en 1868, comenzó la era Meiji, y Japón comenzó a occidentalizarse e industrializarse.
- De su participación en la II Guerra Mundial queda el triste recuerdo del lanzamiento de las bombas atómicas sobre Hiroshima y Nagasaki.

Hoy día, Japón es una potencia industrial, comercial y financiera, que presenta una sociedad urbana muy industrializada. Destacada por sus innovaciones en el mundo de la electrónica y la robótica, la informática, la fotografía y la automoción. También es importante productor de acero, aluminio, fibras artificiales y cemento, además de ser uno de los líderes mundiales en la construcción de barcos y en el sector pesquero.

³ Ibid, p.132

1.2. SUSHI

1.2.1. *Etimología*

El nombre japonés *sushi* se escribe con kanjis (caracteres de origen chino) debido a que originalmente era un antiguo plato chino. El kanji está relacionado con el "adobo de pescado salado". La primera mención de kanji apareció en el antiguo diccionario *Erya* (爾雅), escrito entre los siglos IV y III A.C..⁴

Cinco siglos después, en el siglo II, otro carácter es usado para referirse al sushi (鮓) aparecido en otro diccionario chino que decía: "鮓滓也 以塩米釀之加菹 熟而食之也" esta era un tipo de comida donde el pescado es sazonado con arroz y sal, y que se come cuando está listo, se cree que es similar al *narezushi* o al *funazushi*.

En el siglo III, el significado de los dos caracteres se confundió y durante un tiempo cuando los dos caracteres fueron implantados en Japón, los mismos chinos no lo sabían distinguir. Los chinos dejaron de usar el arroz como parte del proceso de fermentación y dejaron de comer pescado adobado.

1.2.2. *Historia*

La referencia más temprana del sushi en Japón apareció en el 718 en el conjunto de leyes llamada *Yōrōritsuryō* (養老律令). Se usaba para el pago de impuestos y estaba escrita como (雜鮓五斗), no se tiene conocimiento de cuál era la pronunciación exacta del término para sushi; durante los siglos IX y X, eran leídos como "sushi" o "sashi". Este "sushi" o "sashi" era similar al actual *narezushi*.

Durante los próximos 800 años, hasta el siglo XIX, el sushi cambió lentamente y así también la gastronomía japonesa. Los japoneses empezaron a comer tres comidas al día, el arroz pasó a ser hervido en vez de cocido al vapor, y lo más importante, se inventó el vinagre de arroz. Mientras el sushi continuaba haciéndose fermentado junto con el arroz, el tiempo de fermentación se redujo gradualmente y el arroz se comenzó a comer con el pescado. En el período Muromachi (1336 - 1573), se desarrolló el proceso para crear *oshizushi*.

⁴ www.wikipedia.com

Consistía en sustituir la fermentación por el uso del vinagre. En el período Azuchi-Momoyama (1573 - 1603), se inventó el *namanari*. El diccionario Japonés-Portugués de 1603 incluye una entrada para *namanrina sushi*, literalmente *sushi a medio hacer*. El *namamari* se fermentaba durante un período más corto que el *narezushi* y posiblemente se marinaba con vinagre de arroz, lo que le confería un olor diferente al *narezushi*. El fuerte olor del *narezushi* fue probablemente una de las razones del acortamiento y eventual desaparición del proceso de fermentación. Escritos de la época describían el olor del producto como "un cruce entre queso azul, pescado y vinagre de arroz". (Ver anexo 1, imagen N°2)

A inicios del siglo XVIII, el *oshizushi* se perfeccionó en Osaka y llegó a Edo (actual Tokio) a mediados de ese siglo. Estos *sushi* requerían un pequeño tiempo de fermentación, así que las tiendas avisaban a los clientes que esperaban cuando el *sushi* estaba listo. El *sushi* se vendía también cerca de los parques y en los teatros. Durante el periodo de Edo los tipos más populares de *sushi* eran el *inarizushi*, el *oshizushi*, el *makizushi* y el *chirashizushi*.

Existían tres famosos restaurantes de *sushi* en Edo: el *Matsugasushi* (松が鮓), *Kōbee* (興兵衛) y *Kenukisushi* (毛抜き鮓); aunque había muchos más restaurantes. Todos se establecieron en un período de apenas veinte años, hasta comienzos del siglo XIX.

Hanaya Yohei (華屋与兵衛; 1799 - 1858), al final del período Edo, inventó la variedad Kantō del *nigirizushi*. Se trataba de un tipo de *sushi* sin fermentar y que se podía comer con las manos (o usando palillos de bambú). Esta nueva variedad supuso el comienzo del *sushi* como comida rápida dentro del Japón. Estos primeros *nigirizushi* no eran iguales que las variedades actuales. El pescado se marinaba en salsa de soja o vinagre o se salaban mucho, así que no era necesario mojar el *sushi* en salsa de soja. A veces el pescado se cocinaba antes de formar el *sushi*; estos métodos se utilizaban debido a que en aquella época no existían posibilidades de refrigeración. Cada pieza de *sushi* era más larga, casi el doble de tamaño de las actuales. El *nigirizushi* tuvo su momento de éxito y se extendió por todo Edo; en el libro *Morisadamankō* (守貞謄稿) publicado en 1852, el autor describe que por cada *chō* (10 mil metros cuadrados) de Edo habían doce restaurantes de *sushi*; mientras que por cada restaurante de *soba* había 12 *chō*.

La llegada de la refrigeración moderna a inicios del siglo XX permitió al *sushi* hecho de pescado fresco durar más tiempo. A finales del siglo XX el *sushi* comenzó a ganar importancia y popularidad a nivel mundial.

1.2.3. **Cómo comer sushi**

Los elementos básicos al momento de consumir sushi son: un plato, Hashi (o palillos de madera), *Hashi Oki* (o posa-palillos), wasabi y *gari* (o jengibre curtido).⁵

- Los japoneses aconsejan comerlo con palillos de madera, o directamente con la mano; pero se debe evitar el uso de utensilios metálicos, ya que los mismos alterarían el sabor de la comida.
- Para comenzar se vacía una cantidad de salsa de soja en un pocillo pequeño. Luego se toma un poco de wasabi con un palillo y se diluye en la salsa de soja.
- Coger una pieza de sushi con los palillos y untarlo dentro de la salsa de soja levemente.
- Llevar la pieza completa a la boca y comerla de una vez.
- Cuando no se estén usando los palillos, dejarlos sobre el Hashi Oki o sobre el plato.
- Entre bocado y bocado comer trozos de gari, que ayuda a limpiar el paladar de los sabores.
- Tratar de dejar el plato completamente limpio de alimento, especialmente de arroz.
- No comer wasabi solo en gran cantidad porque es muy picante. (*Ver anexo 2, fotografía N°2*)

1.2.4. **Presentación**

Existen restaurantes especializados en sushi llamados *kaiten zushi*, (*tren de sushi* o *cinta transportadora de sushi*), transportan el sushi a lo largo de una barra y es la forma más corriente de mostrar este plato, tanto en Occidente como en Japón, los clientes van tomando los platos como deseen.

Cada plato de la barra está codificado con colores y cada color denota el precio del sushi; al final, cuando se paga, la cuenta se realiza en base a la cantidad total de platos que el cliente haya tomado.⁶

En Japón tradicionalmente suele preferirse comer en el momento de la preparación. Se sirve el sushi en platos de madera o laca de estilo minimalista japonés, son geométricas con uno

⁵BARBER, Kimiko y TAKEMURA, Hiroki. *Sushi, técnica y sabor*. España: Editorial Naturart, 2003

⁶ www.restaurantes SUSHIS.htm

o dos tonos de colores, manteniendo la estética de la gastronomía japonesa. Muchos restaurantes pequeños de sushi actualmente no usan platos, el sushi es ingerido directamente del mostrador de madera, tomándola con una mano.

También el sushi es apto como comida de picnic; es frecuente que los restaurantes especializados preparen *cajas bentō* (*shōkadō bentō*, 松花堂弁当) para llevar. (Ver Anexo 2, fotografías N°3 y 4)

1.2.5. Estilos y Variedades

El rasgo fundamental del sushi es el arroz de sushi o *sushi-meshi*, aderezado con vinagre de arroz. Según la forma en que se rellene, se distinguen varias clases de sushi. (Ver anexo 1, imagen N°3),

1.2.5.1. *Makizushi* (巻き寿司): El *sushi en rollos* se monta colocando el arroz sobre una lámina de algas *nori* secas, y relleniéndola con verduras o pescado. Ocasionalmente el *nori* es reemplazado con una lámina delgada de tortilla francesa (la tortilla siempre suele llevar un poco de azúcar). Utilizando una esterilla de bambú llamada *makisu* se enrolla el conjunto y se cierra humedeciendo el borde de la lámina de algas para que se pegue. Finalmente, se corta el rollo en porciones de unos dos centímetros de grosor, aproximadamente salen entre seis y ocho piezas. Durante el festival de Setsubun, es tradición comer makizushi sin cortar en su forma cilíndrica. El makizushi tiene cierta afinidad con el plato coreano gimbap.

1.2.5.2. *Futomaki* (太巻き): El sushi de *rollo grueso*. Es cilíndrico y largo, con el *nori* en el exterior. El *futomaki* común mide de dos a tres centímetros de espesor y cuatro a cinco centímetros de largo. A veces se confeccionan con dos o tres rellenos, elegidos para complementar y mejorar su sabor y color.

1.2.5.3. *Hosomaki* (細巻き): El sushi de *rollo delgado*. Es cilíndrico y pequeño, con el *nori* en el exterior. El *hosomaki* común mide dos centímetros de espesor y dos

⁷ www.wikipedia.com

centímetros de largo. Se confeccionan generalmente con un solo relleno, debido a su pequeño tamaño.

- 1.2.5.4. *Kappamaki* (河童巻): Sushi relleno de pepino, su nombre se deriva del *oni* (demonio japonés) marino, Kappa.
- 1.2.5.5. *Temaki* (手巻き): El *sushi enrollado a mano* es un cono de gran tamaño formado por una hoja de *nori* rellena de arroz y otros ingredientes en la parte abierta del cono. Un *temaki* típico tiene alrededor de diez centímetros de largo y se come con la mano al ser demasiado grande como para emplear los palillos.
- 1.2.5.6. *Uramaki* (裏巻き): El *sushi del revés*. Es un sushi de mediano tamaño y cilíndrico, con dos o más rellenos. El *uramaki* difiere de los otros sushi porque el arroz está en el exterior y el *nori* se encuentra adentro. El relleno está en el centro rodeado por una capa de *nori*, luego una capa de arroz, y aparte otros ingredientes como huevas o semillas tostadas de sésamo.
- 1.2.5.7. *Oshizushi* (押し寿司): El *sushi prensado* es un bloque de arroz, prensado en un molde de madera, llamado *oshibako*; se recubre el fondo del *oshibako* con el relleno, se coloca encima el arroz y se presiona la tapa del molde para crear un bloque compacto y rectilíneo, que después se corta en rodajas.
- 1.2.5.8. *Nigirizushi* (握り寿司): Es posiblemente la forma más común de sushi en Japón. El *sushi amasado* es similar al *oshi*, pero se moldea a mano en forma de varilla oblonga; encima de un bloque de arroz se coloca pescado, marisco u otro ingrediente plano, normalmente sazonado con algo de wasabi, y a veces se añade una fina tira de alga para mantener el pescado en su sitio.
- 1.2.5.9. *Gunkanzushi* (軍艦寿司): El *sushi acorazado*. Sushi ovalado y amasado (similar al *nigirizushi*) es enrollado con una tira de *nori*, para formar un cuenco que se rellena con algún ingrediente, por ejemplo: hueva, nattō o más raramente ensalada de macarrones.
- 1.2.5.10. *Inarizushi* (稲荷寿司): El *sushi relleno* es una especie de saco pequeño relleno con arroz de sushi y otros ingredientes (su nombre se deriva de la diosa sintoísta Inari, que tenía un cariño especial a los productos hechos de arroz). El saco está

hecho de tōfu frito (*abura-age*, 油揚げ), de una tortilla muy delgada (*fukusazushi*, 帛紗寿司) o de hojas de col (*kanpyō*, 干瓢).

- 1.2.5.11. *Chirashizushi* (散らし寿司): El *sushi esparcido* en un bowl de arroz sazonado con otros ingredientes. También se lo llama *barazushi* (ばら寿司).
- 1.2.5.12. *Edomae chirashizushi*: Sushi esparcido estilo Edo. Los ingredientes no se cocinan y se decoran de una manera ingeniosa sobre la bola de arroz.
- 1.2.5.13. *Gomokuzushi* (五目寿司): Sushi estilo Kansai. Los ingredientes pueden ser cocinados o no cocinados, y son puestos dentro de la bola del arroz.
- 1.2.5.14. *Narezushi* (なれ鮓): El *sushi fermentado* es la forma de preparación más antigua y más infrecuente; las piezas de pescado enteras y limpias se salan y secan en barriles y se prensan con una pesa *tsukemonoishi* (piedra de adobo). Se salan entre diez días y un mes. Una vez curadas, se remojan en agua entre 15 minutos y una hora. Se colocan en un recipiente de madera, alternando capas de pescado con capas de arroz. La mezcla se deja fermentar en condiciones controladas durante varios meses, prensándola constantemente con un *otoshibuta* y una piedra de adobo para extraer el agua. Seis meses después, puede ser consumido, y se puede conservar seis meses o más sin necesidad de ponerlo en la nevera. Para su consumo se descarta el arroz y el pescado se corta en láminas delgadas. El *narezushi* se inventó para permitir la conservación del pescado sin emplear demasiada sal en las zonas de clima mediterráneo de Japón; hoy es una rareza.

1.2.6. **Ingredientes**

La parte fundamental del sushi es el arroz especialmente preparado, aderezado con otros ingredientes esenciales.

- **Arroz:** El sushi se hace con un arroz blanco y dulce, de grano corto, llamado arroz japonés; se adereza con vinagre de arroz, azúcar, sal, alga konbu (昆布) y vino de arroz 'nihonshū' (日本酒) que en Occidente se conoce como 'sake', aunque que en Japón 'sake' se refiere a cualquier bebida alcohólica. Tras haber hervido el arroz se tiene que dejar que alcance la temperatura ambiente antes de poder usarlo. El arroz de sushi (*sushi-meshi*) es por lo general de la variedad *Japónica*, con una consistencia que difiere de las clases que se comen habitualmente fuera de Japón. La cualidad más importante

es su textura cremosa y glutinosa; si se lava en exceso para eliminar el almidón superficial que proporciona la textura resultará seco al comerlo. El arroz recién cosechado (*shinmai*) generalmente tiene demasiada agua y requiere un tiempo de drenaje extra después de lavarlo.

Hay variaciones regionales en el arroz de sushi, y por ende los chef especializados tienen sus métodos de preparación. La mayoría de las variaciones se dan en el aderezo de vinagre de arroz: la versión del aderezo de Tokio usa más sal; en Osaka, el aderezo tiene más azúcar. La preparación del arroz es el punto más importante en la elaboración del sushi, y buena parte de la formación de un chef se orienta a poder encontrar el punto exacto.

El arroz se deja refrescar a temperatura ambiente antes de montar el sushi; generalmente se usa inmediatamente después de cocido, una vez se ha enfriado. Ollas especiales de origen japonés permiten conservarlo, pero la textura se degrada rápidamente.

- **Nori:** Las envolturas vegetales usadas en el *makizushi* y en el *temaki* se llaman nori (海苔). Es un alga comestible tradicionalmente cultivada en Japón. Originalmente, el nori se obtenía de los muelles de los puertos, secando las algas en láminas bajo el sol, en un proceso similar al del papel. El nori se tuesta antes de ser usado para comer. Hoy, el producto comercial se cultiva, procesa, tuesta y empaqueta industrialmente. El producto suele resultar en láminas de tamaño estándar de 18 x 21 cm. El nori de buena calidad es grueso, liso, brillante y no tiene huecos en las láminas.
- **Tortilla francesa:** Para el *fukusazushi*, una tortilla francesa delgada ligeramente dulce reemplaza a las láminas de alga; la tortilla se hace tradicionalmente en una sartén rectangular japonesa (*makiyakinabe*, 巻き焼き鍋).
- **Relleno Pescado:** Por razones sanitarias y estéticas, el pescado que se consume debe ser fresco y de buena calidad. Un chef profesional de sushi ha aprendido a reconocer el pescado en buenas condiciones; debe oler a limpio, tener un color vivo y estar libre de parásitos. Solo el pescado de mar se emplea crudo en sushi; el pescado de río, que está con más frecuencia contaminado con parásitos, se emplea cocido. Los pescados más utilizados son el atún (*maguro*), el salmón (*sake*), el bonito, el pargo, el jurel o *pez limón* (*hamachi*) y la caballa (*saba*). La anguila (*unagi*) se emplea también, aunque sólo cocida.

El ingrediente más apreciado en el sushi es el *toro*, un corte del vientre del atún, finamente vetado de grasa. Las huevas de salmón (*ikura*) y de atún (*mazago*) se consideran también un plato muy delicado.

- **Relleno Marisco:** Se utilizan el calamar/sepia (*ika*), el pulpo (*tako*), el langostino/gamba (*ebi*), el erizo de mar (*uni*), el abalone y varias clases de almejas (*akagai*). Las ostras no se emplean para sushi, debido a que su sabor no combina bien con el del arroz.
- **Relleno Vegetales:** Se emplea el rábano japonés o *daikon* picado, la soja fermentada (*nattō*), el aguacate, el pepino, el tōfu y las ciruelas encurtidas (*umeboshi*).
- **Relleno Carne roja:** Se emplea ocasionalmente la carne de ternera muy tierna o el jamón de cerdo sin curar. La carne se macera antes de utilizarla casi siempre.
- **Relleno Huevos:** El huevo de gallina se utiliza en el tamagoyaki para envolver el fukusazushi o como ingrediente en los nigiri; los huevos de codorniz se emplean a veces crudos.
- **Condimentos**
 - *Sushi-zu* (味醂): El vinagre de arroz, al que se le añade sal, azúcar y a veces mirin es el principal aderezo del sushi; su propio nombre deriva del término *sui*, ácido.
 - *Shōyu* (しょうゆ, 醤油 o 正油): Salsa de soja japonesa. Es un condimento imprescindible; los bocados se sumergen brevemente en una mezcla de *shōyu* y *wasabi* antes de llevarlos a la boca.
 - *Gari*: El jengibre dulce encurtido y cortado en láminas se usa entre bocados de sushi para limpiar el sabor de la boca.
 - *Shiso* (紫蘇): La perilla o *shiso* es una hierba aromática que se usa igual que el gari.

- *Wasabi* (山葵 o 和佐比): Es una pasta verde con un sabor ácido y picante y parecido al rábano; mata los gérmenes del pescado fresco.
- *Mirin* (味醂): Vino de arroz sin alcohol que sirve para eliminar el sabor a pescado.

1.3. Influencia de la gastronomía japonesa en el Ecuador

En los últimos años se denomina “*salpicadura cultural*” el hecho de que el sushi esté disponible, de una forma u otra, en los exclusivos restaurantes de la Quinta avenida de Nueva York, en los estadios de béisbol de Los Ángeles, en los carritos de refrigerios del Aeropuerto de Ámsterdam, en un apartamento de Madrid (entregado por un repartidor en motocicleta), en Buenos Aires, Caracas, o Moscú, no quiere decir que este plato haya perdido su condición de propiedad cultural del Japón.

La globalización no uniformiza necesariamente las diferencias culturales, ni suprime la prominencia de las etiquetas culturales. Todo lo contrario, genera franquicias. En la economía global de consumo, el patrimonio de marca del sushi como una propiedad cultural del Japón aumenta el prestigio del país y su cocina.

Fuera de Japón, el hecho de tener empleados japoneses (o una imitación razonable) es garantía suficiente de competencia en el área del sushi. Las guías para la generación actual del *wandervogel* global japonés aconsejan a los jóvenes japoneses que busquen empleo en una ciudad distante para trabajar como chef de sushi. El consulado estadounidense en Japón otorga más de 1.000 visas al año para chef de sushi, compradores de atún y otros trabajadores en el negocio global del sushi. Una escuela comercial de Tokio que opera bajo el nombre de Sushi Daigaku (Universidad del sushi) ofrece cursos cortos en la preparación de sushi de manera que los "estudiantes" puedan impresionar a sus empleadores potenciales con un imponente diploma.

Sin embargo, el sushi sigue estando estrechamente relacionado en la mente de los japoneses y de los extranjeros por igual, con la identidad cultural del Japón. En todo el mundo, y hoy en día en nuestro país los restaurantes de sushi operados por coreanos, chinos o vietnamitas preservan la identidad japonesa.

En el mercado ecuatoriano se mueve, en promedio, unos \$400 mil dólares al mes en pescado fresco para preparar sushi⁸.

David Logro, chef del restaurante Sake, afirma que esta comida no se puede preparar con cualquier tipo de pescado. “Tiene que ser pescado fresco, clase A”. ¿Dónde se consigue el pescado fresco? Eloy Núñez, gerente general de Sakana, empresa ecuatoriana dedicada a exportar e importar productos marinos, lo explica:

“Proveemos de pescado fresco importado del Japón y comprado en el país al 90% de restaurantes de comida nipona existentes en el Ecuador, que están en Quito y Guayaquil, principalmente. Existen unos 40 locales en todo el país”⁹.

En el mismo artículo se menciona:

“Lorena Barros, una joven de 24 años, se califica como una verdadera fanática del sushi. Desde los 15 años consume el producto porque le parece “sabroso y exótico”, pese a que varios de sus amigos piensan que el sushi ha dejado de ser un plato exótico. De hecho, hay un producto listo para servirse que se puede obtener en los principales supermercados. Barros calcula que cada 15 días gasta un promedio de \$20 en satisfacer a su exigente paladar. Sakana importa aproximadamente 10 mil kilos de pescado cada mes, esto representa el 40% de un contenedor.

Solamente se importa lo necesario, de acuerdo a los pedidos de los clientes. También, cada mes, se abastece de 15 mil kilos de pescado nacional. Los mayores compradores de pescado fresco son el Sake Culinary Art, en operación en Quito desde 2002 y el Noé Sushi, desde 2005. Todo el producto que está en el mercado es consumido”.

En cuanto al pescado más consumido para el sushi está el atún rojo (\$22 cada kilo), lenguado (\$15 por kilo), pez espada (\$8 el kilo) y picudo rosado o anaranjado (\$6 por cada kilo).

Además, manifiesta que el consumo promedio de pescado por parte de los restaurantes especializados fluctúa entre los 200 y 300 kilos mensuales cada uno. Otra de las compañías proveedoras de pescado fresco para los restaurantes de comida japonesa en el Ecuador es la japonesa Ichiban. Según Sayuri Ozeki, gerente general de la firma, esta empresa importa poco pescado ya que el precio se encarece al traer el producto desde el Japón. Ozeki indica que Ichiban importa aproximadamente 60 kilos cada mes o cada dos meses, dependiendo

⁸ Diario de Negocios “Dinero”, Periódico Hoy, **Artículo: Adictos a la golosina japonesa, de 2 abril de 2007, Pág. 1**

⁹ *Ibíd.* Pág.1

de los pedidos de los clientes. El restaurante que más pedidos realiza a Ichiban es el Sake. “El mercado nacional es similar al peruano o colombiano”.

“Espectacular crecimiento en el consumo”

El restaurante Sake ve aumentar su cartera de clientes un 10% cada mes Verónica Manzano, jefe administrativa de Sake Culinary Art, compra casi el ciento por ciento de pescado (nacional e importado) para sushi a Sakana. “Generalmente, el restaurante Sake consume cada mes un aproximado de 250 kilos de pescado para sushi, lo que representa una inversión de \$25 mil, que se recupera en 30 días”.

Manzano manifiesta que Sake, a partir de 2005, ha tenido un crecimiento mensual del 10%, en lo que se refiere a la venta de sushi.

En la actualidad, atiende a 200 personas diarias. “El 5% es cliente japonés, el 50% es de jóvenes y el 45%, de profesionales, políticos y artistas. Ninguno de ellos se va del restaurante sin comer su rollito de sushi. Los más deseados son el atún rosado, el atún blanco, el hamachi y el saba”.¹⁰

1.4. Descripción del producto o servicio en el Aeropuerto

El sushi es una comida saludable, por su bajo contenido calórico, reducido valor de grasas y elevado contenido proteico. Los mariscos y el arroz avinagrado son de fácil digestión, y combinados con algas y vegetales se vuelve un plato muy sano. Los pescados utilizados en la elaboración del sushi son muy ricos en ácidos grasos Omega 3 y Omega 6, fundamentales en el desarrollo y funcionamiento de las células y tejidos, indicados también para favorecer el sistema circulatorio, el corazón y el desarrollo de la digestión.

Fuera de Japón el nombre sushi designa sólo a las variedades más habituales, como el makizushi o el nigirizushi; curiosamente se suele hacer extensivo al sashimi, un plato a base de pescado crudo pero sin arroz.

¹⁰ *Ibíd.*Pág.2.

Para elaborar un plato de sushi correctamente, se requiere de un especialista, generalmente dotados de gran paciencia y minuciosidad para los detalles de presentación. Ellos saben como realzar la belleza de cada elemento sin alterar su simplicidad.

El presente proyecto contempla servir al menos 7 variedades de rollos. Esto se determinará a través de un estudio de mercado que refleje las preferencias de los clientes potenciales. En este caso la forma de presentación será de acuerdo a las necesidades de los comensales, quienes podrán elegir entre las siguientes opciones:

- Para llevar: Los rollos serán empacados en una caja de plástico hermética y a la vez desechable, la misma que contendrá básicamente: “sushi rolls”, jengibre, wasabi, salsa de soya, palillos y servilletas de papel. *(Ver anexo 2, fotografías N°5 y 6)*
- Para servirse en la barra ó mesa: El Chef preparará los “sushi rolls” en presencia del cliente y los presentará con sus respectivas guarniciones en una vajilla de porcelana o en una tabla rectangular elaborada de bambú. *(Ver anexo 2, fotografías N° 7 y 8)*

1.4.1. Proceso del servicio

1.- El cliente se acerca hasta la barra de sushi

2.- El chef entrega el menú o carta donde constan las variedades de rollos de sushi y las bebidas

3.- El cliente selecciona el ó los rollos, y la bebida de su preferencia

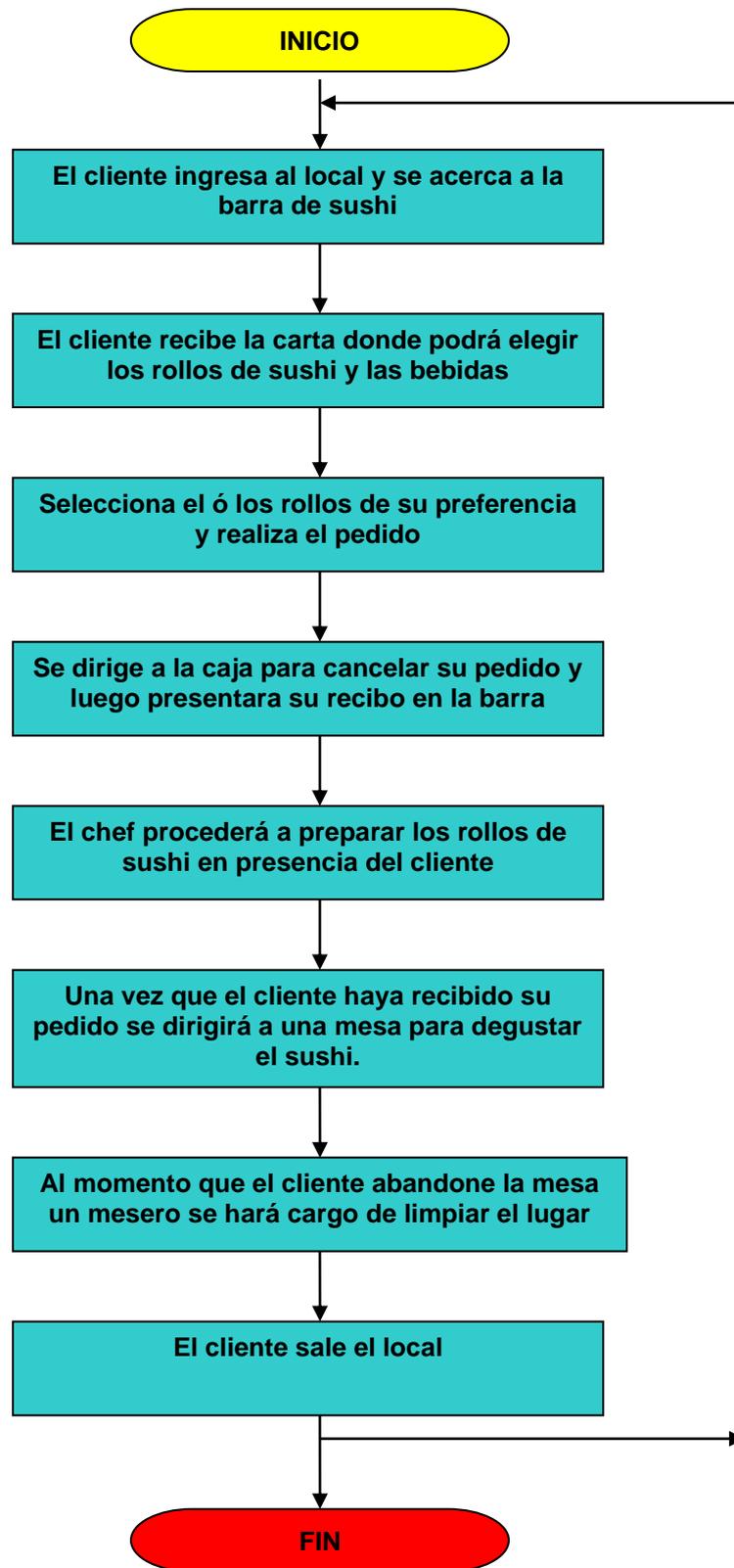
4.- El cliente cancela su pedido en caja y presenta su recibo en la barra

5.- El chef procede a preparar el ó los rollos en presencia del cliente

6.- El cliente recibe el pedido y se dirige a una mesa donde podrá degustar el sushi

7.- El cliente abandona la mesa. Un mesero se acerca a limpiar el lugar para un nuevo comensal

1.4.2. Diagrama del proceso



ELABORADO POR: LA AUTORA

1.5. Factores legales

Al momento de decidir invertir en un país, existe una serie de factores determinantes, tales como una economía estable, infraestructura adecuada y un marco legal transparente. En general, Ecuador tiene aún mucho por hacer en algunos de estos factores, a fin de lograr atraer mayores montos de inversión local y extranjera.

A muchos ecuatorianos se les hace difícil y complicado, tomar la decisión de crear una empresa que pueda ser competitiva internacionalmente, dado que el país, no tiene la estabilidad necesaria como para confiar en él.

El factor legal es muy importante; dado que, si el país no cuenta con una base legal bien estructurada; las organizaciones corren el riesgo de no sobrevivir en el mercado; es decir, no tienen la capacidad de desarrollarse y funcionar correctamente.

La legislación en el Ecuador, es muy cambiante; por lo que, las empresas tienen que informarse de todas las modificaciones que se vayan haciendo; con el objeto, de operar normalmente; y tienen que ser capaces de adaptarse al cambio; todo esto se da por la fragilidad de las leyes y reglamentos que no aseguran un buen desarrollo.

Transparentar el régimen tributario es una de las reformas urgentes que se debe ejecutar si se quiere rescatar la competitividad de la economía: solo demanda voluntad política y la firme convicción de que en esta materia, nada de lo que se pueda y deba hacer tiene que estar al margen de la Constitución y de las leyes.

Los cambios que se han dado en la ley de régimen tributario y demás normas; generan desconfianza y afectan a la industria; porque intervienen en el desempeño de las empresas y en las políticas y formas de operar de cada una de ellas.

Es importante y esencial saber el procedimiento para constituir una empresa; a continuación se describe los trámites según su naturaleza jurídica:

La empresa que se conformaría para éste proyecto es limitada

1.5.1. Nombre o razón Social

El nombre de la empresa, una vez que se aprueben los estatutos, deberá inscribirse en el registro mercantil como: *Edo Sushi Cía. Ltda.*

1.5.2. Titularidad de la propiedad de la empresa

Las leyes del Ecuador distinguen cuatro clases de compañías.

1. *Compañía en Nombre Colectivo.*
2. *Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones.*
3. *Compañía de Responsabilidad Limitada.*
4. *Compañía Anónima.*

Empresa dedicada a la elaboración de sushi se la constituirá como Compañía Limitada.

1.5.3. Compañía limitada

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

1.5.4. Capital mínimo

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América (\$400 USD), de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 de 16 de septiembre del mismo año, en concordancia con el Art. 99 literal g) de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador, de 29 de febrero del 2000, publicada en el R.O. 34 de 13 de marzo del mismo año. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles o, incluso, en dinero y especies a la vez.

En cualquier caso, las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía (Art. 102 y 104 de la Ley de Compañías y Resolución No.

99.1.1.1.3.008 de 7 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 278 de 16 de los mismos mes y año).

1.5.5. Trámite de constitución de la compañía

- **Los Estatutos:** Someter a la aprobación de la Superintendencia de Compañías, tres copias certificadas de la escritura de constitución de la empresa. Adjuntar la solicitud suscrita por un abogado en la cual se pide el contrato constitutivo.
- **Publicación:** Una vez aprobado el contrato social mediante resolución, debe publicarse un extracto del mismo en uno de los principales diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía. Con la hoja completa del extracto se regresa a la Superintendencia de Compañías para retirar las escrituras (tres copias) y las tres resoluciones.
- **Depósito:** Se deposita en una cuenta a nombre de la razón social de la empresa, el monto del capital que, por lo menos será del 50%, del monto del capital social.
- **Afiliación:** Se acude a una notaría para recibir las razones de las escrituras. Con estos papeles, la empresa se afiliará a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha. (Se lleva copias de la escritura, resolución emitida por la Superintendencia de Compañía y cédula, papeleta de votación del representante legal)
- **Patente:** Por estar la empresa ubicada en el DMQ, hay que tramitar en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito la patente. En este caso también se adjunta copias de la escritura, resolución y cédula, papeleta de votación del representante legal.
- **Personería jurídica:** Inscribir el contrato social en el Registro Mercantil es una formalidad que confiere personería jurídica a la empresa. Se debe adjuntar: Tres ejemplares de las escrituras, las tres resoluciones originales, certificado de afiliación de la cámara, patente municipal, publicación del extracto y razones notariales.
- **Impuestos:** En el Registro Mercantil le entregan un papel para pagar un impuesto de constitución de la empresa en el Municipio y luego a la Junta de Defensa. Con esto se regresa al Registro Mercantil, donde se quedan con la segunda copia de la escritura. Se debe verificar que las fechas estén unificadas en los documentos para luego ir a la Superintendencia de Compañías.

- **Constitución:** Con la tercera copia de la escritura de constitución la Superintendencia de Compañías y con los documentos anteriores la Superintendencia revisa y luego otorga un certificado en el cual indican que la compañía está oficialmente constituida.
- **RUC:** Con copia de la escritura, nombramientos del gerente, presidente (copias de cédulas y papeletas de votación) y demás documentos obtenidos en los trámites anteriores el SRI los revisa y otorga número de RUC, con éste documento se puede acercar al banco y liberar los fondos depositados y apertura la cuenta corriente de la compañía.
- **Protocolización:** Se debe ir ante una notaría para protocolizar los documentos obtenidos en los trámites anteriores.

1.5.6. Requisitos de funcionamiento.

1.5.7. Ley de propiedad intelectual

De acuerdo a lo contemplado en el Art. 23 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, a través de los recursos correspondientes, para la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Bajo este concepto y constituida la empresa, se protegerá, la marca “Edo Sushi”, y su logotipo.

1.5.8. Obtención de la patente municipal

El impuesto de patentes municipales grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

Existen tres clases de personería:

1. Patente personas naturales.
2. Patente Jurídica Nueva (empresa en constitución).
3. Patente Jurídica Antigua (1.5 x 1.000 a los activos totales).

1.5.9. Patentes de personas naturales

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- Presentar formulario de la declaración del RUC (001) Original y copia. emitido por el SRI.
- Presentar la Planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.
- Copias de la cédula de identidad y papeleta de votación actualizada.
- Copia de carta de pago de impuesto predial.

1.5.10. Patente jurídica de nueva empresa

Son los requisitos para empresas recién constituidas legalmente:

- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Dirección donde funciona la misma.

1.5.11. Obtención del permiso sanitario de funcionamiento

Para solicitar el permiso de funcionamiento, los propietarios o representantes legales de los establecimientos, deberán presentar a la Administración Zonal correspondiente los siguientes documentos:

- Copia de la Cédula de Identidad.
- Copia del RUC vigente.

- Copia del certificado de la última votación.
- Copia de la Patente Municipal del año anterior (en caso de renovación).
- Copia del Certificado de Compatibilidad de Uso del Suelo (para bares, cantinas, talleres).
- Exámenes médico, odontológico y de laboratorio, realizados en cualquiera de las Unidades de Salud San José, de conformidad a normas de la Dirección Metropolitana de Salud (para todos los/las empleados del establecimiento, que elabora o expende productos alimenticios).
- Para emitir el permiso sanitario de funcionamiento, a más de los documentos señalados anteriormente, se requiere el informe satisfactorio de la Inspección Sanitaria del establecimiento, realizada por la Jefatura Zonal de Salud de la Administración que corresponda (incluyendo buenas prácticas de manipulación en los establecimientos que expenden alimentos) y, el pago de la tasa respectiva, de acuerdo al tipo y categoría del establecimiento

1.5.12. Cumplimiento de la ley de Seguridad

La empresa Edo Sushi Cía. Ltda., deberá realizar el siguiente trámite ante el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS:

- Solicitar la Cédula de Inscripción Patronal.
- Notificar al IESS las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo, de las enfermedades profesionales y demás condiciones de trabajo de los asegurados.
- Además, los trabajadores que denunciaren por su cuenta, la falta de afiliación o el incumplimiento de las demás obligaciones patronales con el IESS, tendrán garantizada su estabilidad en la empresa durante dos años, siempre que la denuncia estuviere fundada. En cambio la denuncia infundada será causa para que el patrono pueda dar por terminado el contrato de trabajo, previo del visto bueno solicitado en forma legal.

1.5.13. Leyes Tributarias

1.5.13.1. Impuesto a la Renta

1.5.13.1.1. Objeto del Impuesto

El Impuesto a la Renta grava sobre la renta que tengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales y extranjeras.

Para los efectos impositivos se considera como renta:

- ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o oneroso, bien sea que provengan del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies, servicios; y,
- Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales ecuatorianas domiciliadas en el país o por sociedades nacionales.

1.5.13.1.2. *Sujetos del impuesto*

Todo impuesto considera dos tipos de sujetos: activo y pasivo.

Sujeto Activo es el ente receptor del impuesto, es decir el Estado, que lo receipta, administra y controla a través del Servicio de Rentas Internas SRI.

Son Sujetos Pasivos todos los generadores de rentas, es decir, los contribuyentes que están obligados a pagarlos, personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales y extranjeras, domiciliadas o no, en el país, que obtengan ingresos gravados.

1.5.13.1.3. *Período tributario*

El período impositivo para el Impuesto a la Renta, es anual y comprende entre el 1º de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1º de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

1.5.13.1.4. *Impuesto al valor agregado*

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de transferencia de dominio o la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas las etapas de su comercialización y al valor de los servicios prestados.

1.5.13.1.5. *Sujetos del impuesto al valor agregado*

Sujeto Activo: El Sujeto Activo del IVA es el Estado, lo administra el Servicio de Rentas Internas, SRI. La recaudación obtenida por el IVA se acreditará en la Cuenta Única del Tesoro Nacional, para ser destinada al Presupuesto General del Estado, *Sujetos pasivos:* Son sujetos pasivos del IVA:

- Las personas naturales y las sociedades que habitualmente efectúen transferencias de bienes gravados con una tarifa del 12%.
- Quienes realicen importaciones gravadas con una tarifa, ya sea por cuenta propia o ajena.
- Las personas naturales y las sociedades que habitualmente presten servicios gravados con una tarifa del 12 %.

Los Sujetos Pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente de un bien o al beneficiario del servicio, facturas de venta, por las operaciones que efectúen. Esta obligación regirá aún cuando la venta o prestación de servicios no se encuentran gravados o tengan tarifa cero. El no otorgamiento de facturas de venta constituirá un caso especial de defraudación, que será sancionado de conformidad con el Código Tributario. Por lo que la empresa Edo Sushi Cía. Ltda., cumplirá con esta normativa legal y elaborará la correspondiente factura por la venta de helados de fruta y otros productos expedidos en sus locales.

1.6. DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN

“Edo Sushi” estará constituido por el siguiente personal:

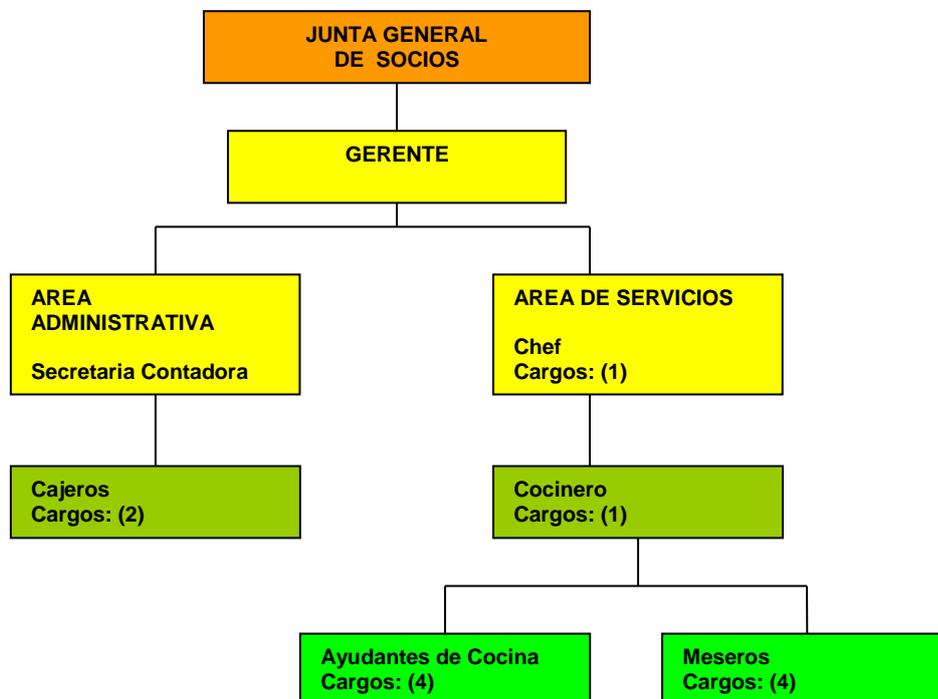
- Gerente : (1)
- Secretaria Contadora: (1)
- Chef: (1)
- Cocinero : (1)
- Ayudante de cocina: (4)
- Cajero: (2)
- Meseros: (4)

Total de empleados: (14)

El negocio funcionara en dos horarios o jornadas de 8 horas cada uno. Para brindar una atención continúa por 16 horas los siete días a la semana.

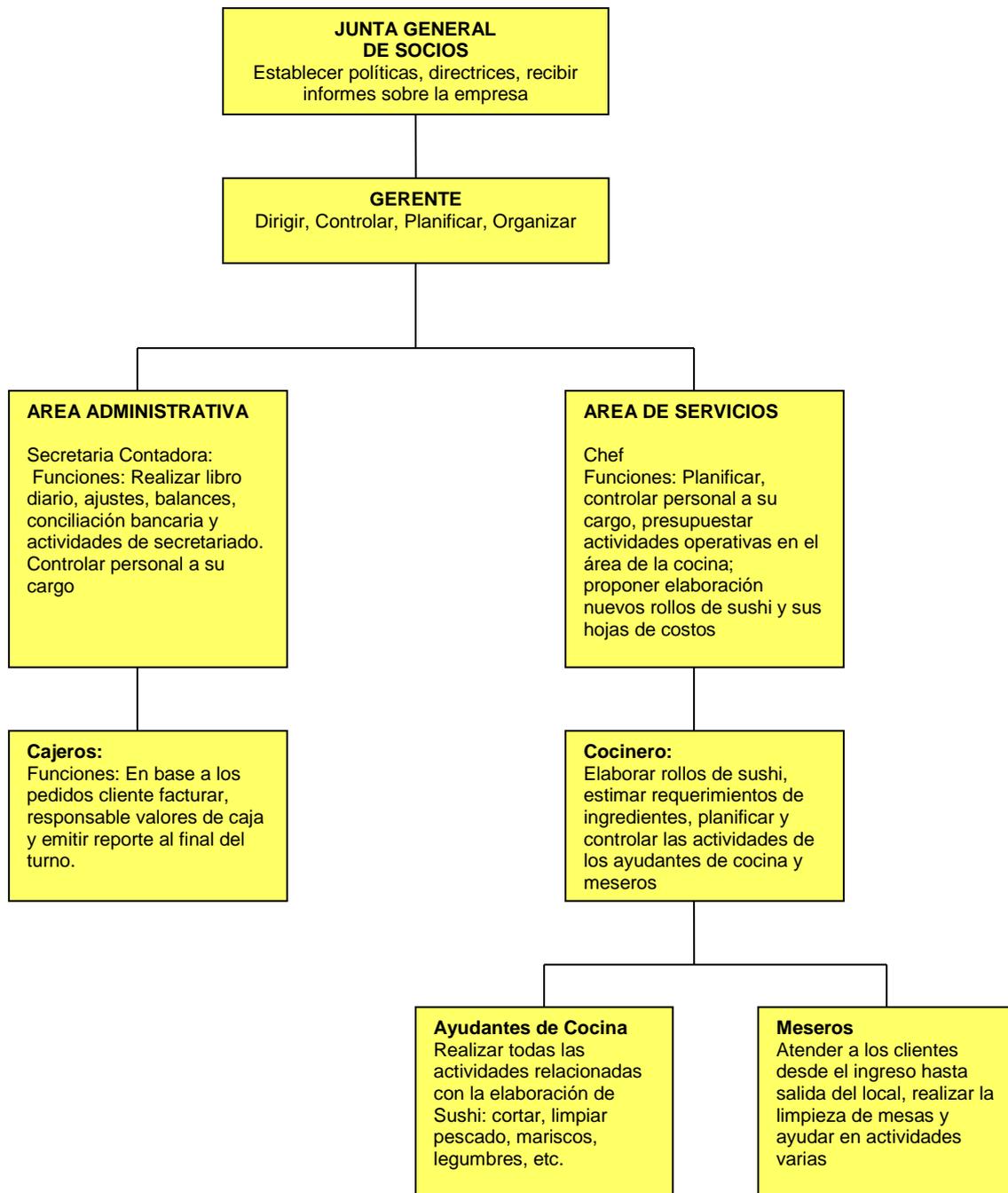
La empresa contará con dos departamentos: un departamento administrativo y un segundo departamento de servicios, como se aprecia en el siguiente Organigrama a continuación:

1.6.1. Organigrama Estructural y Posicional



ELABORADO POR: LA AUTORA

1.6.2. Organigrama Estructural y Funcional descripción de funciones



CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Objetivos de la investigación

2.1.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado mediante herramientas y técnicas de investigación que permitan determinar el comportamiento de la demanda potencial para la implementación de un Sushi - Bar en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Establecer el tamaño del mercado objetivo, en base al número de viajeros en vuelos internacionales.
- Determinar el tamaño de la muestra, en base a un muestreo aleatorio simple.
- Identificar la demanda potencial en base a encuestas dirigidas a los viajeros en el área de salida internacional.
- Establecer el precio referencial para los rollos de sushi, en presentación de 8 unidades
- Desarrollar un Análisis FODA, con respecto a la implementación del Sushi – Bar en el Aeropuerto, específicamente en el área de salida Internacional.

2.2. Investigación exploratoria

2.2.1. Datos Estadísticos de Pasajeros del Aeropuerto

De acuerdo con la información estadística proporcionada por QUIPORT para el período comprendido entre los años 2003 - 2006, clasifica a los usuarios del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en dos grupos, el primero como “pasajeros vuelos internacionales” y al segundo grupo como “viajeros vuelos domésticos”; los mismos que han tenido el siguiente comportamiento durante los años anteriormente mencionados: *(Ver anexo 6, datos estadísticos - Quiport)*

CUADRO N°1 (Número de pasajeros Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito, período 2003 – 2006)

| PASAJEROS | 2003 | % | 2004 | % | 2005 | % | 2006 | % |
|------------------|------------------|------------|------------------|------------|------------------|------------|------------------|------------|
| NACIONAL | 571.555 | 42 | 583.569 | 39 | 647.144 | 38 | 684.442 | 35 |
| INTERNACIONAL | 786.041 | 58 | 904.922 | 61 | 1.035.440 | 62 | 1.249.585 | 65 |
| TOTAL | 1.357.596 | 100 | 1.488.491 | 100 | 1.682.584 | 100 | 1.934.027 | 100 |
| PROMEDIO | 113.133 | | 124.041 | | 140.215 | | 161.169 | |

FUENTE: QUIPORT

El total de pasajeros para el año 2003 fue de 1'357.596, con un promedio mensual de 113.133. Mientras que para el año 2006 se registraron 1'934.027, que representa un promedio de 161.169 personas.

GRÁFICO N°1 (Total pasajeros, período 2003 – 2006)

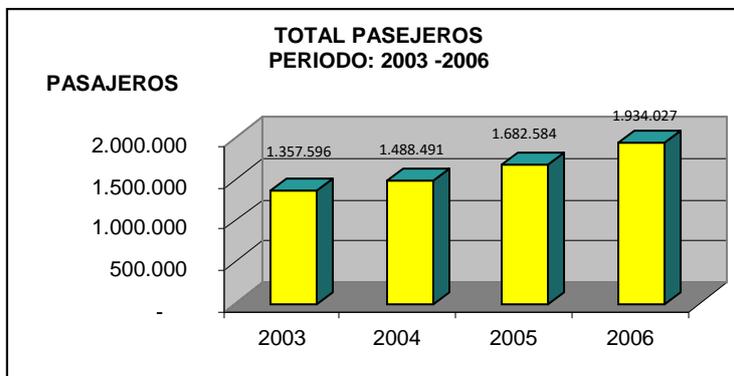


GRÁFICO N°2 (Pasajeros por destino, período 2003 – 2006)



FUENTE: QUIPORT

CUADRO N°2 (Variación porcentual del crecimiento)

| VARIACIÓN PORCENTUAL CRECIMIENTO | |
|-------------------------------------|-----------|
| DETALLE | 2003-2006 |
| DOMÉSTICO | 19,75 |
| INTERNACIONAL | 58,97 |

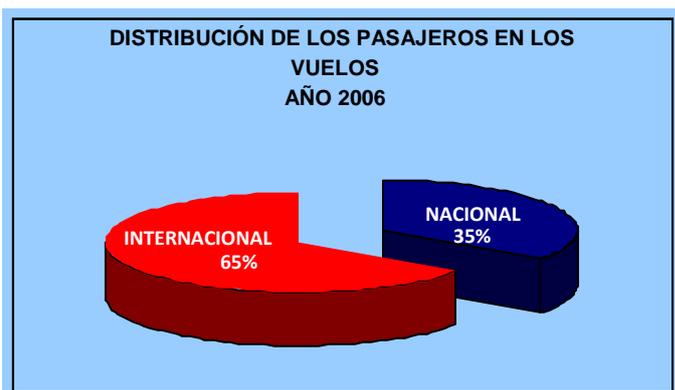
FUENTE: QUIPORT

Durante el período: 2003 - 2006, hubo un incremento significativo del 58.97%, equivalente a un crecimiento promedio de: $58.97 / 4$ (años) = 14.74%, equivalente al 15%

Crecimiento promedio anual de viajeros internacionales: 15%

En la distribución de los pasajeros, para el año 2006 (Cuadro No.2.1) se observa que el 65% de personas realizan viajes internacionales y el restante 35% corresponde a viajes locales es decir dentro del país, como se aprecia en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 3 (Distribución de los pasajeros en los vuelos 2006)



FUENTE: QUIPORT

Se puede concluir que el comportamiento de los vuelos internacionales en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre presenta una tasa de crecimiento anual que resulta cada vez más importante para el país, lo cual ha estado sustentado debido a un incremento del turismo y de la migración ecuatoriana.

2.2.2. Características y tendencias del mercado en el Aeropuerto.

El negocio aeroportuario está íntimamente vinculado con el turismo en el país como también a la migración de los ecuatorianos, principalmente a partir de la crisis económica del año 1999.

Por un lado la competitividad turística ecuatoriana es menor que la de sus vecinos Perú y Colombia, y que de otros competidores de la región como Chile y Costa Rica. “Los indicadores del Programa de Competitividad del Foro Económico Mundial colocan al Ecuador en el puesto 97 de 124 países evaluados”¹¹.

El desarrollo turístico ecuatoriano ha mejorado en esta última década, pero el país se encuentra lejos de los requerimientos internacionales, todavía falta un marco regulatorio claro, infraestructura vial y aeroportuaria, entre otros factores.

Sin embargo la ministra de turismo Maria Salvador señala que “la actividad turística está activándose muy fuertemente”¹². Destaca también otro elemento: la opinión pública y los medios de comunicación. “Desde 2005 hemos tenido una mayor acogida y se han ofrecido más publicaciones. Nuestras cifras indican que solo el mercado peruano ha decrecido, mientras países como Estados Unidos, Canadá, Italia, Reino Unido, donde hemos incidido con la promoción y se han logrado importantes incrementos. En Estados Unidos y Canadá, por ejemplo, se registra un crecimiento del 24%, al igual que en el MERCOSUR; en el mercado europeo el crecimiento ha sido del 17%”¹³

Por lo tanto se puede determinar que como escenario futuro, el Ecuador logre incrementar el turismo por medio de una acción decidida del gobierno a través de estrategias a largo plazo, el mismo que ha ido tomando forma en “Plandetur 2020”, un plan estratégico de largo plazo para articular la integración entre las instituciones públicas y privadas para mejorar la promoción y oferta turística ecuatoriana.

Por estos motivos el crecimiento en relación al número de viajeros internacionales, ha sido sustentado para el período: 2003 -2006 (ingresos - salidas) como se ha indicado en los cuadros anteriormente expuestos.

Considerando que existe un crecimiento en el número de viajeros internacionales de aproximadamente un 15% entre los años 2003 y 2006, se tomará este porcentaje como referencial, y de esta manera proyectar un crecimiento para los próximos 10 años como se puede apreciar a continuación:

¹¹ REVISTA GESTIÓN, Agosto 2007 No. 158, Artículo: Turismo destinos y rutas de una industria con potencial, p. 14

¹² *Ibíd.*, p.19

¹³ *Ibíd.*, p20

Para lo cual se utilizará la fórmula de crecimiento poblacional¹⁴

$$P = A (1 + r)^n$$

Donde:

P = Proyección

A = Población actual de viajeros internacionales (año 2006)

r = Razón de crecimiento

n = Número de años

Al aplicar la fórmula se obtuvo los siguientes resultados:

CUADRO N° 3 (Proyección tendencia de viajeros internacionales período: 2006 -2016)

| REF | AÑO | VIAJEROS/ AÑO | PROMEDIO/MES |
|----------|-------------|------------------|----------------|
| 0 | 2006 | 1.249.585 | 104.132 |
| 1 | 2007 | 1.437.023 | 119.752 |
| 2 | 2008 | 1.652.576 | 137.715 |
| 3 | 2009 | 1.900.463 | 158.372 |
| 4 | 2010 | 2.185.532 | 182.128 |
| 5 | 2011 | 2.513.362 | 209.447 |
| 6 | 2012 | 2.890.366 | 240.864 |
| 7 | 2013 | 3.323.921 | 276.993 |
| 8 | 2014 | 3.822.509 | 318.542 |
| 9 | 2015 | 4.395.885 | 366.324 |
| 10 | 2016 | 5.055.268 | 421.272 |

ELABORADO: POR LA AUTORA

Para el año 2007 se espera (tendencia) que el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre reciba 1.437.023 viajeros Internacionales, con un promedio mensual estimado de 119.752. Valor que se tomará de referencia para establecer el tamaño de la muestra.

¹⁴ HAEUSSLER Paúl, Matemáticas para Administración y Economía, Edit. Prentice Hall, México, 1997,p.184

GRÁFICO N°4 (Proyección tendencia de viajeros internacionales período: 2006 -2016)



ELABORADO: POR LA AUTORA

2.3. INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE

2.3.1. Técnicas de Observación

La observación se realizará “in situ”, es decir en las instalaciones del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, en donde se encuestará a los viajeros únicamente en el área de salida internacional.

Las encuestas se realizaran durante los días: martes 12 a viernes 14 de diciembre de 2007, debido a que la autorización concedida por QUIPORT correspondía exclusivamente a estos días. (Ver anexo 6, pases salida internacional)

2.3.2. Diseño de la Encuesta

Esta investigación de mercado será de tipo inductivo - deductivo, porque partiendo de preguntas particulares elaboradas en el cuestionario de la encuesta se obtendrá conclusiones generales.

El estudio de mercado se fundamentó en la ejecución de una investigación basada en encuestas. Se aplicó un cuestionario estructurado dirigido a una muestra del universo objetivo, que son viajeros internacionales, indistintamente de su nacionalidad, motivo por el cual se han elaborado dos cuestionarios con idénticas preguntas. El primero realizado en español, para aquellas personas iberoamericanas cuya lengua nativa sea el castellano y un segundo cuestionario dirigido a personas de distintos lugares del mundo, ya sean europeos,

asiáticos, norteamericanos, etc. que tengan como lengua nativa o segunda lengua el idioma inglés. Finalmente del número de encuestas que se obtenga a través de la fórmula estadística, su número se repartirá: 50% de las encuestas en español y el restante 50% en inglés. Sin embargo los resultados se tabularán en forma consolidada, es decir sumando el total de encuestas determinadas.

2.3.3. Determinación del Tamaño de la Muestra

La población o universo para la presente investigación la constituyen 119.752 “pasajeros” que se estima ingresarán como promedio al mes, en este caso representaría el grupo de pasajeros internacionales para el año 2007. Para obtener el tamaño óptimo de la muestra, se realizará un Muestreo Aleatorio Simple y se aplicará la siguiente fórmula:¹⁵

$$n = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población: 119.752

E² = El error máximo aceptado para la investigación es del 10%. El error máximo admisible al cuadrado: (0.10)²

Reemplazando:

$$n = \frac{119.752}{(0.10)^2 * (119.752 - 1) + 1} = \frac{119.752}{1.197.51 + 1} = \frac{119.752}{1.198,51}$$

n = 99.92

¹⁵ BERNAL César Augusto, Metodología de la Investigación para Administración y Economía; Colombia, Edit. Prentice Hall, p.163”, 2003.

Para validar la presente investigación se requiere realizar 100 encuestas, las mismas que serán llevadas a cabo en las instalaciones del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito, dentro del área de salida Internacional. Los encuestados serán seleccionados al azar. (Ver anexo 5, encuestas)

2.3.4. Distribución de la encuestas

El número total de encuestas ha realizarse son 100, de las cuales un 50% están en español y el restante 50% traducidas al idioma inglés.

2.3.5. Desarrollo de la encuesta

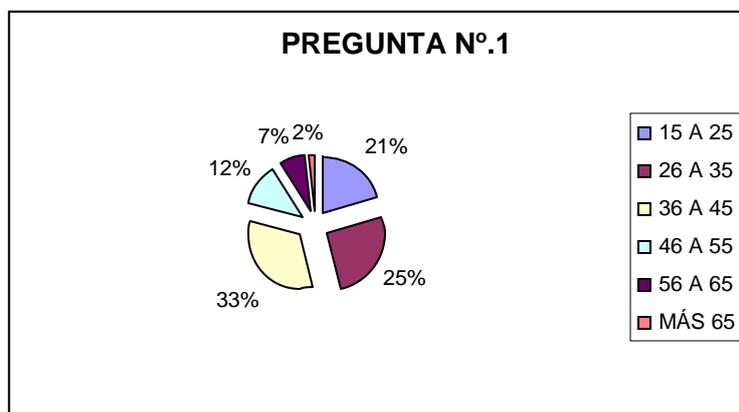
2.3.5.1. Pregunta N° 1: ¿Edad?

CUADRO N°4 (Pregunta N° 1 Encuesta)

| PREGUNTA N°.1 | |
|---------------|------------|
| EDADES | PORCENTAJE |
| 15 A 25 | 21 |
| 26 A 35 | 25 |
| 36 A 45 | 33 |
| 46 A 55 | 12 |
| 56 A 65 | 7 |
| MÁS 65 | 2 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°5 (Pregunta N° 1 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.1.1. Análisis

De acuerdo con las encuestas, de mayor a menor frecuencia:

- Encuestados cuyas edades están comprendidas entre 36 a 45 años, 33 %.
- Encuestados entre 26 a 35 años, 25%.
- Encuestados entre 15 a 25 años, 21%.
- Encuestados entre 46 a 55 años, 12 %.
- Encuestados entre 56 a 65 años, 7 %.
- Encuestados con más de 65 años, 2%

La población joven comprendida entre los 15 hasta los 35 años de edad representa conjuntamente el 46% del total de los encuestados. Por otro lado, la población adulta comprendida entre 36 a 55 años conjuntamente representa el 45%. Finalmente los encuestados a partir de los 56 años en adelante, considerados como adultos mayores, lo integran el restante 9%.

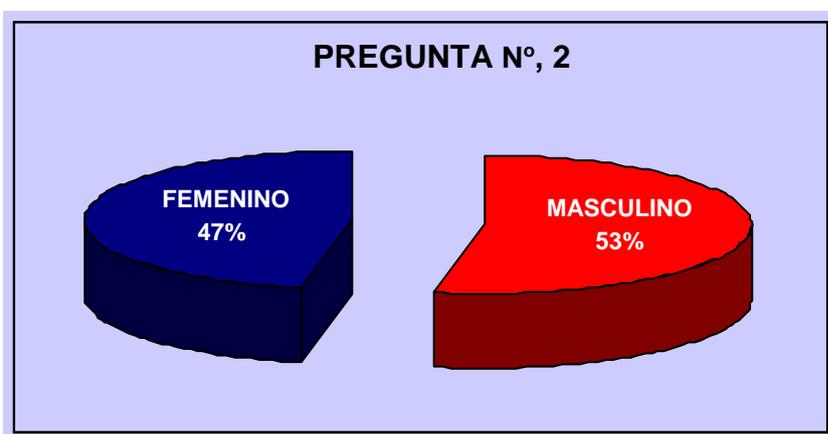
2.3.5.2. Pregunta N° 2: ¿Género?

CUADRO N°5 (Pregunta N° 2 Encuesta)

| PREGUNTA N°.2 | |
|---------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| MASCULINO | 53 |
| FEMENINO | 47 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°6 (Pregunta N° 2 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.2.1. Análisis

Los encuestados de género masculino representan al 53% y el restante 47% al género femenino.

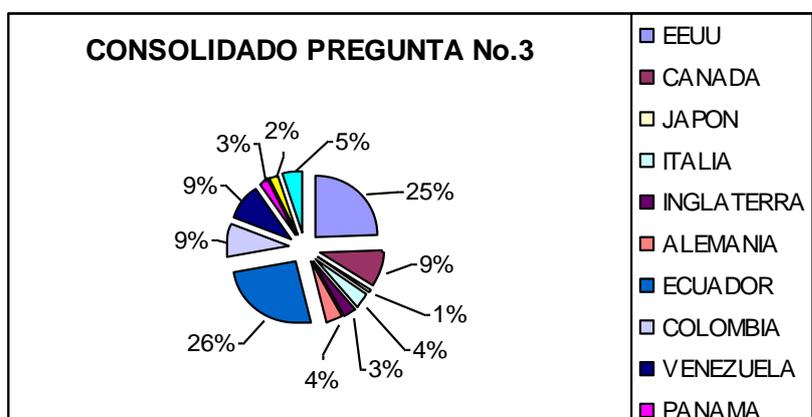
2.3.5.3. Pregunta N° 3: ¿Nacionalidad?

CUADRO N° 6 (Pregunta N° 3 Encuesta)

| PREGUNTA N°.3 | |
|---------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| EEUU | 25 |
| CANADA | 9 |
| JAPON | 1 |
| ITALIA | 4 |
| INGLATERRA | 3 |
| ALEMANIA | 4 |
| ECUADOR | 26 |
| COLOMBIA | 9 |
| VENEZUELA | 9 |
| PANAMA | 3 |
| MEXICO | 2 |
| OTROS | 5 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°. 7. (Pregunta N° 3 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.3.1. Análisis

De acuerdo al resultado de las encuestas, de mayor a menor frecuencia:

- Encuestados cuya nacionalidad es ecuatoriana, 26%.
- Nacionalidad norteamericana, 25 %.
- Nacionalidad canadiense, colombiana, venezolana, 9 % respectivamente.
- Otras nacionalidades, 5 %.
- Nacionalidad italiana, alemana, 4% respectivamente.
- Nacionalidad inglesa, panameña, 3%.
- Nacionalidad mexicana, 2 %.
- Nacionalidad japonesa, 1%.

Las primeras cinco nacionalidades (ecuatoriana, norteamericana, canadiense, colombiana y venezolana) representan conjuntamente el 60 % del total de los encuestados.

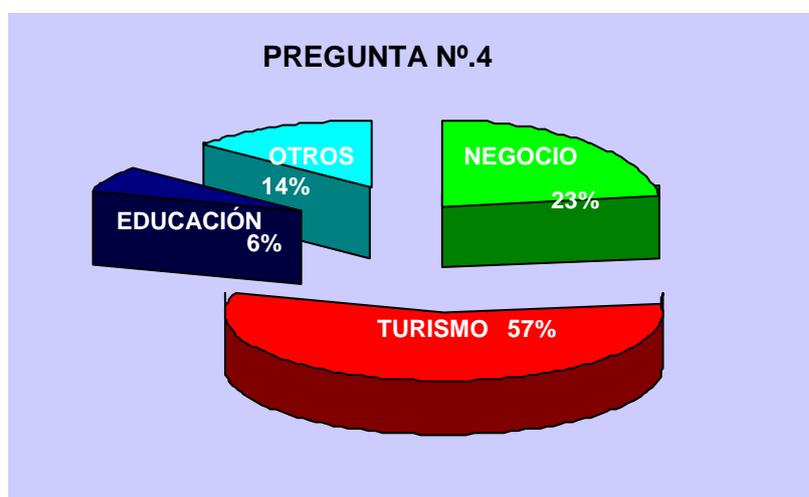
2.3.5.4. Pregunta N° 4: ¿Motivo del viaje?

CUADRO N°7 (Pregunta N° 4 Encuesta)

| PREGUNTA N°4 | |
|--------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| NEGOCIO | 23 |
| TURISMO | 57 |
| EDUCACIÓN | 6 |
| OTROS | 14 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°8 (Pregunta N° 4 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.4.1. Análisis

Las razones por las cuales realizan viajes los encuestados, de mayor a menor importancia son:

- Por turismo, 57%
- Por negocios, 23 %
- Otras razones, 14 %
- Por educación, 6%.

Agrupando las razones de turismo y negocios, conjuntamente representan un 80 % del total de motivos para efectuar viajes desde el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.

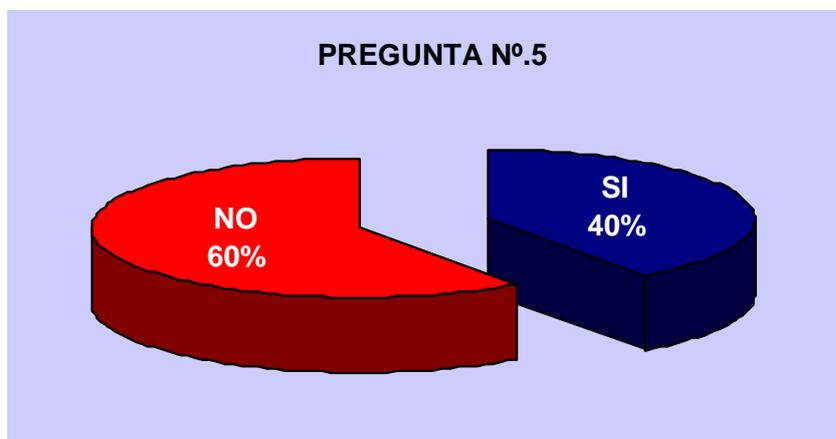
2.3.5.5. Pregunta N°5: ¿Es usted viajero frecuente del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre?

CUADRO N°8 (Pregunta N° 5 Encuesta)

| PREGUNTA N°.5 | |
|---------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| SI | 40 |
| NO | 60 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°9 (Pregunta N° 5 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.5.1. Análisis

El 60% de los encuestados no son viajeros frecuentes y restante 40% si lo son, es decir que viajan por más de una ocasión al año desde el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.

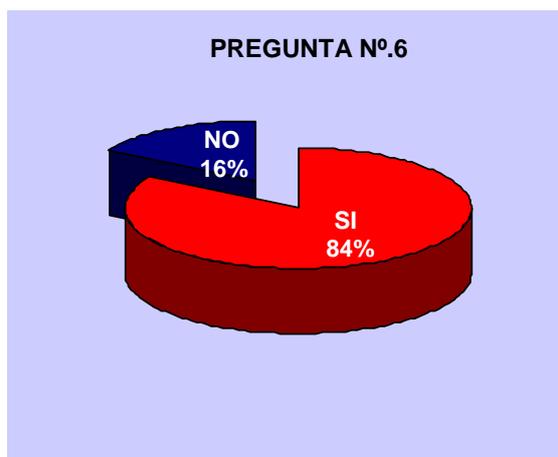
2.3.5.6. Pregunta N° 6: ¿Ha probado el Sushi?

CUADRO N°9. (Pregunta N° 6 Encuesta)

| PREGUNTA N°.6 | |
|---------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| SI | 84 |
| NO | 16 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°10 (Pregunta N° 6 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.6.1. Análisis

Un 84% de los encuestados han probado el Sushi, mientras que el restante 16% no lo ha consumido, y justamente estas personas en su mayoría tampoco les interesarían consumir dicho producto.

2.3.5.7. Pregunta N°7: ¿Le gusta el sushi?

CUADRO N°10 (Pregunta N° 7 Encuesta)

| PREGUNTA N°.7 | |
|---------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| SI | 79 |
| NO | 21 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°11 (Pregunta N° 7 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.7.1. Análisis

Al 79 % de los encuestados les gusta el sushi, mientras que al restante 21% no les agrada. Por lo tanto, se puede concluir que el grado de aceptación representaría la demanda potencial para este tipo de producto dirigido a pasajeros que se encuentran en el área de salida internacional.

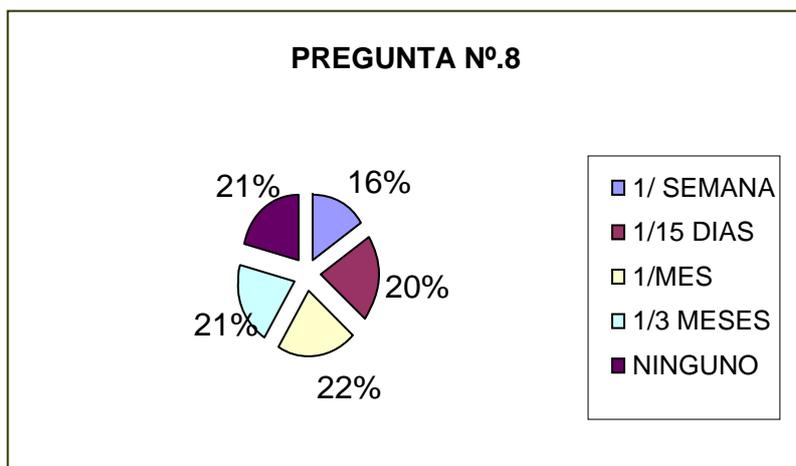
2.3.5.8. Pregunta N° 8: ¿Con qué frecuencia lo consume?

CUADRO N°11 (Pregunta N° 8 Encuesta)

| PREGUNTA No.8 | |
|---------------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| UNO CADA SEMANA | 16 |
| UNO CADA 15 DIAS | 20 |
| UNO CADA MES | 22 |
| UNO CADA TRES MESES | 21 |
| NINGUNO | 21 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°12 (Pregunta N° 8 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.8.1. Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos de mayor a menor frecuencia:

- Una vez cada mes, 22% de los encuestados.
- Una vez cada tres meses y en ninguna ocasión, 21% respectivamente.
- Una vez cada 15 días, 20%.
- Una vez por semana, 16%.

Si se descarta los encuestados que no consumen Sushi los resultados obtenidos son:

CUADRO N°12 (Pregunta N° 8 Encuesta)

| DETALLE | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------------|
| 1/ SEMANA | 16 | 20 |
| 1/15 DIAS | 20 | 25 |
| 1/MES | 22 | 28 |
| 1/3 MESES | 21 | 27 |
| SUMAN | 79 | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

- Un 28% de los encuestados consumen Sushi una vez por mes.
- Un 27% de los encuestados, lo consumen cada tres meses.
- El 25% de los encuestados cada quince días.
- El 20% encuestados, cada semana.

En base a este resultado se puede determinar que existe un consumo relativamente frecuente al mes de aproximadamente del 73% de los encuestados.

2.3.5.9. Pregunta N° 9: ¿De las variedades de rollos que existen, usted preferiría los que contengan?

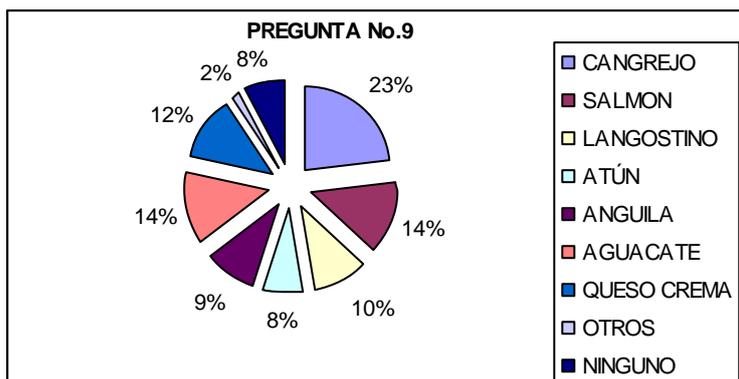
En esta pregunta los encuestados contestaron simultáneamente varias opciones, por lo tanto los resultados obtenidos suman 265 respuestas que representan el 100%, como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO N°13 (Pregunta N° 9 Encuesta)

| PREGUNTA N°.9 | | |
|---------------|------------|-----|
| DETALLE | FRECUENCIA | % |
| CANGREJO | 62 | 23 |
| SALMON | 36 | 14 |
| LANGOSTINO | 27 | 10 |
| ATÚN | 20 | 8 |
| ANGUILA | 25 | 9 |
| AGUACATE | 38 | 14 |
| QUESO CREMA | 32 | 12 |
| OTROS | 5 | 2 |
| NINGUNO | 20 | 8 |
| SUMAN | 265 | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°13 (Pregunta N° 9 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.9.1. Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos de mayor a menor frecuencia:

- Cangrejo, una aceptación del 23%.
- Salmón y aguacate, 14% respectivamente.
- Queso crema, 12%.
- Langostino, 10%.
- Anguila, 9%.
- Atún, 8%.
- Otros ingredientes, 2 %.

Eliminando la frecuencia o respuestas de las personas que no consumen ningún tipo de rollo de Sushi, los resultados obtenidos se aprecian en el siguiente cuadro:

CUADRO N°14 (Pregunta N° 9 Encuesta)

| DETALLE | FRECUENCIA | % |
|--------------|------------|------------|
| CANGREJO | 62 | 25 |
| SALMON | 36 | 15 |
| LANGOSTINO | 27 | 11 |
| ATÚN | 20 | 8 |
| ANGUILA | 25 | 10 |
| AGUACATE | 38 | 16 |
| QUESO CREMA | 32 | 13 |
| OTROS | 5 | 2 |
| SUMAN | 245 | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

De mayor a menor frecuencia:

- Preferencia por el cangrejo, 25%
- Aguacate, 16%.
- Salmón, 15%.
- Queso crema, 13%
- Langostino, 11%.
- Anguila, 10%.
- Atún, 8%.
- Otros, 2%.

Es decir presentando en el restaurante distintos tipos de rollos que contengan en su mayoría los ingredientes señalados anteriormente, se obtendrían la satisfacción de aproximadamente un 98% de los clientes.

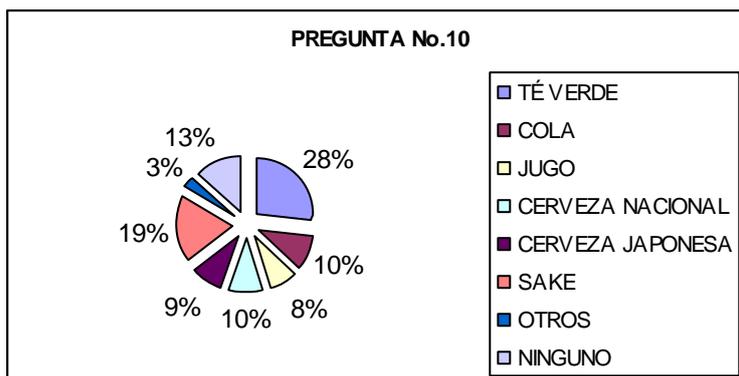
2.3.5.10. *Pregunta N°10: ¿Con que tipo de bebida le gustaría acompañar el sushi?*

CUADRO N°15 (Pregunta N° 10 Encuesta)

| PREGUNTA N°.10 | | |
|------------------|------------|-----|
| DETALLE | FRECUENCIA | % |
| TÉ VERDE | 41 | 27 |
| COLA | 15 | 10 |
| JUGO | 12 | 8 |
| CERVEZA NACIONAL | 15 | 10 |
| CERVEZA JAPONESA | 14 | 9 |
| SAKE | 29 | 19 |
| OTROS | 5 | 3 |
| NINGUNO | 20 | 13 |
| SUMAN | 151 | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°14 (Pregunta N° 10 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.10.1. *Análisis*

De acuerdo con los resultados obtenidos de mayor a menor frecuencia:

- Té verde, 27%.
- Sake, 19%
- Ninguno, 13%
- Cerveza Nacional y Cola, 10% respectivamente.
- Cerveza japonesa, 9%
- Jugos, 8%
- Otros, 3%.

Si se descarta los encuestados que no consumen Sushi los resultados obtenidos son:

CUADRO N°16 (Pregunta N° 10 Encuesta)

| DETALLE | FRECUENCIA | % |
|------------------|------------|------------|
| TÉ VERDE | 41 | 31 |
| COLA | 15 | 11 |
| JUGO | 12 | 9 |
| CERVEZA NACIONAL | 15 | 11 |
| CERVEZA JAPONESA | 14 | 11 |
| SAKE | 29 | 22 |
| OTROS | 5 | 4 |
| SUMAN | 131 | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

De mayor a menor frecuencia:

- Té verde, 31%
- Sake, 22%
- Cola, cerveza nacional y japonesa, 11% respectivamente.
- Jugo, 9%.
- Otros, 4%.

Productos asociados directamente con la cultura japonesa como son: té verde, sake y cerveza japonesa representan conjuntamente el 64% del total de las preferencias.

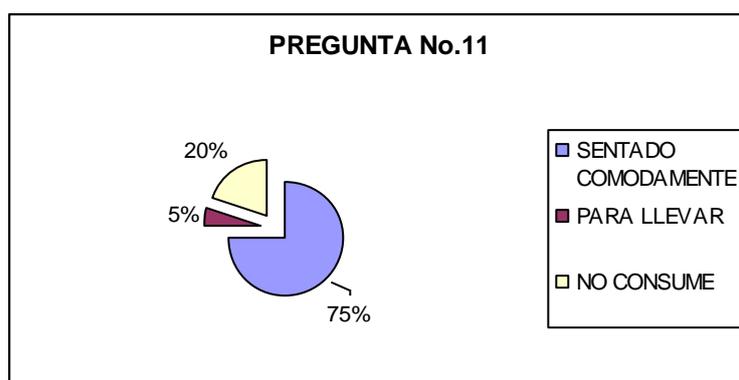
2.3.5.11. Pregunta N°11: ¿Lo preferiría consumir?

CUADRO N°17 (Pregunta N° 11 Encuesta)

| PREGUNTA No.11 | |
|---------------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| SENTADO COMODAMENTE | 75 |
| PARA LLEVAR | 5 |
| NO CONSUME | 20 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°15 (Pregunta N° 11 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.11.1. Análisis

Considerando un número total de 80 encuestas con respuestas afirmativas que representan el 100%, así los resultados obtenidos se aprecian en el siguiente cuadro:

CUADRO N°18 (Pregunta N° 11 Encuesta)

| DETALLE | FRECUENCIA | % |
|------------------------|------------|------------|
| SENTADO COMODAMENTE | 75 | 94 |
| PARA LLEVAR | 5 | 6 |
| SUMAN | 80 | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

El 94% de los encuestados, prefieren consumir estos productos sentados cómodamente en un lugar agradable, y el restante 6%, que representa la minoría, lo preferiría para llevar.

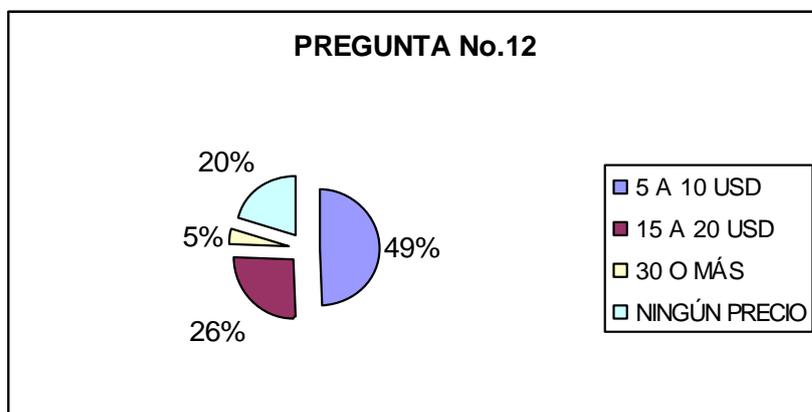
2.3.5.12. *Pregunta N°12: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un rollo de sushi que incluye 8 piezas?*

CUADRO N°19 (Pregunta N° 12 Encuesta)

| PREGUNTA No.12 | |
|----------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| 5 A 10 USD | 49 |
| 15 A 20 USD | 26 |
| 30 O MÁS | 5 |
| NINGÚN PRECIO | 20 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N°16 (Pregunta N° 12 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.12.1. Análisis

Considerando las repuestas afirmativas que representan 80 encuestas, que equivalen al 100%, los resultados obtenidos, se aprecian en el siguiente cuadro:

CUADRO N°20 (Pregunta N° 12 Encuesta)

| DETALLE | FRECUENCIA | % |
|-----------------|------------|------------|
| 5 A 10 USD | 49 | 61 |
| 15 A 20 USD | 26 | 33 |
| 30 USD Ó MÁS | 5 | 6 |
| SUMAN | 80 | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

De mayor a menor frecuencia:

- El 61% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre 5 a 10 USD por un rollo de sushi que contiene 8 piezas.
- El restante 33%, estarían dispuestos a pagar entre 15 a 20 USD

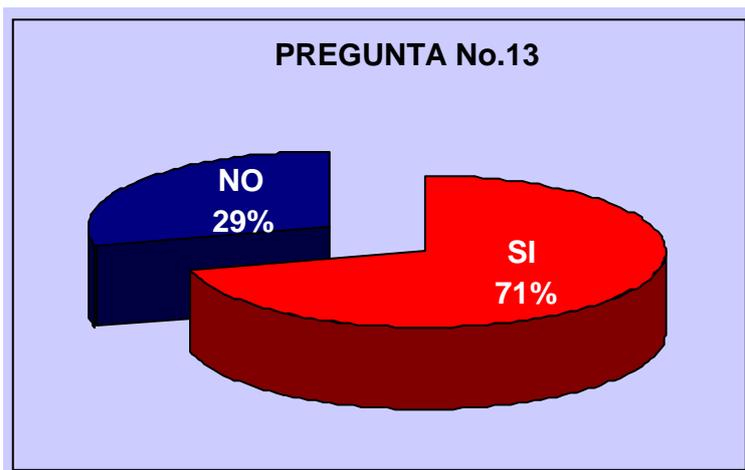
2.3.5.13. *Pregunta N°13: ¿Si le comentaría que próximamente se va a inaugurar un sushi bar dentro del aeropuerto, que tan dispuesto estaría a consumir los productos que ofrezcan?*

CUADRO N°21 (Pregunta N° 13 Encuesta)

| PREGUNTA No.13 | |
|----------------|------------|
| DETALLE | PORCENTAJE |
| SI | 71 |
| NO | 29 |
| SUMAN | 100 |

ELABORADO POR: LA AUTORA

GRÁFICO N° 17 (Pregunta N° 13 Encuesta)



ELABORADO POR: LA AUTORA

2.3.5.13.1. Análisis

El 71 % del total de los encuestados, confirman su aceptación de la implementación de un Sushi bar dentro del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en el área Internacional, mientras que al restante 29% no le interesaría.

2.3.6. Conclusiones del Estudio de Mercado

El presente estudio de mercado ha obtenido las siguientes conclusiones que resultan relevantes para el proyecto:

- Una población joven y adulta cuyas edades están comprendidas entre 15 a 56 años de edad, los cuales conjuntamente representan el 91% de los viajeros internacionales en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.
- El 79% de los encuestados gustan del Sushi, porcentaje que se convierte en la demanda potencial para el Sushi – Bar dentro del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.
- Existe un consumo relativamente frecuente de Sushi que representa el 73%, por lo que el hábito de consumo se ha vuelto cotidiano en las personas encuestadas, factor importante para el proyecto.

- Si el restaurante presenta en su menú las variedades de rollos que incluyan los ingredientes más aceptados y señalados en la encuesta, se alcanzaría a obtener una satisfacción del 98% de los potenciales clientes, siendo éste un factor clave de éxito.
- Productos asociados directamente con la cultura japonesa y el sushi como son: té verde, sake y cerveza japonesa, representan conjuntamente el 64% de las preferencias y por tanto exige al restaurante a disponer de los mismos.
- El precio referencial podría ser mínimo de \$7,5 dólares por 8 piezas de Sushi, convirtiéndose en el valor promedio entre (\$5 a \$10 dólares), cuyo rango aprobó el 61% de los encuestados, mientras que el restante 33% podría pagar precios mayores y comprendidos entre (\$15 a \$20 dólares), por lo tanto este segmento de clientes obviamente estaría dispuesto a pagar un valor menor al señalado.
- Finalmente el 71% del total de los encuestados confirman su aceptación para la implementación de un Sushi - Bar en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, dentro del área de salida internacional. Finalmente se puede concluir que el presente proyecto tiene viabilidad comercial.

2.4. MATRIZ FODA

El nombre de FODA, proviene de las iniciales de los cuatro elementos que intervienen en su análisis.

2.4.1. Definición

Es un dispositivo para determinar los factores que pueden favorecer (fortalezas y oportunidades) y obstaculizar (debilidades y amenazas), el logro de los objetivos organizacionales¹⁶.

¹⁶ Valencia Rodríguez Joaquín, Cómo Aplicar la Planeación Estratégica, México, Edit. Ecafsa, 2001, p.156.

- *Fortalezas:* Son aquellas características propias de la organización, que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos organizacionales.
- *Oportunidades:* Son aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la organización y que podrían favorecer el logro de los objetivos organizacionales.
- *Debilidades:* Son aquellas características propias de la organización que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos organizacionales.
- *Amenazas:* Son aquellas situaciones que se presentan en el medio ambiente de la organización y que podrían afectar negativamente, las posibilidades de logro de los objetivos organizacionales.

2.4.2. Matriz FODA

2.4.2.1. Fortalezas

CUADRO N°22 (Fortalezas)

| FORTALEZAS | |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| No | DESCRIPCIÓN |
| F1 | Producto Novedoso |
| F2 | Precio justo |
| F3 | Calidad de los insumos |
| F4 | No disponer de competencia directa dentro del Terminal aéreo internacional, debido a que actualmente no existe un local de comida japonesa dentro del mencionado Aeropuerto |
| F5 | Ubicación estratégica |
| F6 | Mercado cautivo |

2.4.2.2. Debilidades

CUADRO N°23 (Debilidades)

| DEBILIDADES | |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| No | DESCRIPCIÓN |
| D1 | Local arrendado |
| D2 | No disponer de Chef nativo del Japón |
| D3 | Falta de experiencia del personal en restaurantes japoneses y por parte de los accionistas |
| D4 | Importación o compra a mayoristas de insumos especializados para elaborar sushi |
| D5 | Disponibilidad constante de pescado fresco de alta calidad |

2.4.2.3. Oportunidades

CUADRO N°24 (Oportunidades)

| OPORTUNIDADES | |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| No | DESCRIPCIÓN |
| O1 | Crecimiento del mercado cautivo, mayor número de turistas nacionales y extranjeros en el Terminal aéreo internacional |
| O2 | Disminución de las tasas de interés bancarias |
| O3 | Mayor número de personas que gustan del sushi, de acuerdo con estudio de mercado. |
| O4 | Implementar sucursales en otros puntos en el Distrito Metropolitano de Quito |
| O5 | Crear una franquicia a nivel nacional |

2.4.2.4. Amenazas

CUADRO N°25 (Amenazas)

| AMENAZAS | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| No | DESCRIPCIÓN |
| A1 | Desdolarización de la economía |
| A2 | Caos Político |
| A3 | Hiperinflación, es decir que en el país no se controle los precios de los bienes, mercaderías y esto genere una espiral inflacionaria incontrolable |
| A4 | Nueva ubicación del aeropuerto Mariscal Sucre y cierre de sus instalaciones en la ciudad de Quito |
| A5 | Cambio del gusto culinario |

2.5. ESTRATEGIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SUSHI- BAR

2.5.1. Identificación de factores claves del éxito

2.5.1.1. Innovación

Para que una empresa nueva alcance el éxito esperado deberá contar con una alta dosis de innovación en el mercado y así captar nuevas necesidades que se presenten, ó a su vez las que han permanecido latentes por algún tiempo. La implementación de un Sushi – Bar en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre es novedoso, ya que no existe uno similar actualmente en el país. Este proyecto busca combinar el estilo japonés en cuanto a la decoración se refiere y al mismo tiempo fusionar el estilo occidental con el concepto de comida rápida, brindado así comodidad y eficiencia en el servicio para los usuarios del aeropuerto.

2.5.1.2. Tecnología

La elaboración del sushi es artesanal y su requerimiento de maquinaria y equipo es mínimo. Para mantener una presentación tradicional japonesa se pretende elaborar los rollos de sushi en presencia del público en una barra central en donde se colocaría los insumos necesarios para que los clientes observen la técnica de elaborar este ingenioso plato y a la vez disfrutar del mismo. *(Ver anexo 2, fotografías N°9 y 10)*

2.5.1.3. Procedimiento básico para la elaboración

- a) Se coloca una lámina de alga “nori” sobre una esterilla de bambú (previamente forrada con plástico o papel celofán para evitar que se pegue el arroz).
- b) Se distribuye el arroz sobre el alga dejando un espacio de al menos 2cm. alrededor.
- c) Se extiende una pequeña cantidad de wasabi en el centro del arroz.
- d) Se procede a colocar los ingredientes del relleno sobre el wasabi.
- e) Una vez que se haya colocado todos los ingredientes del relleno se enrolla el nori firmemente y se aprieta con la esterilla.
- f) Se cortar el rollo con un cuchillo afilado en rodajas de 2,5 cm. de grosor.
- g) Servir acompañados de la salsa de soja, wasabi y jengibre marinado *(Ver Anexo 2 fotografía N° 11)*

2.5.1.4. *Logística*

Se mantendrá por lo menos cinco proveedores de mariscos de alta calidad, los mismos que deberán conservarse en una cadena de frío, para que las entregas tengan una frecuencia semanal (2 o tres veces por semana). La mayor parte de los insumos utilizados para la elaboración de Sushi, son japoneses.

Los ingredientes básicos son:

- Arroz japonés
- Nori - algas verdes
- Wasabi - variedad de rábano picante.
- Jengibre encurtido
- Salsa de soya
- Vinagre de arroz marinado

Utensilios para elaborar el sushi:

- Fukin - Trapo de cocina.
- Hangiri - Barril de arroz.
- Hocho - Cuchillo de cocina.
- Makisu - Estera de bambú enrollable.
- Ryoribashi - Palillos de cocina.
- Shamoji - Paleta de madera para arroz.
- Makiyakinabe o tamagoyakiki - Sartén de tortilla rectangular o cuadrada (depende del estilo).

Todos los insumos mencionados anteriormente los introduce en el Ecuador la empresa "ICHIBAN Internacional Inc". Los abastecimientos se adquirirían para un período de 30 días. (Ver anexo 3, *ingredientes básicos*)

2.5.1.5. *Precio de venta*

El precio de venta estará relacionado con los costos (fijos y variables) más un margen de utilidad, tomando como referencia el estudio de mercado en donde se estableció rangos de aceptación por diferentes precios propuestos en base a la competencia.

2.5.1.6. Servicio al cliente

La atención será cortes y amistosa con todos los clientes. El Chef se encargará de asesorar sobre el menú establecido, generando confianza y empatía en todo momento. Se contará con un ánfora en el local para receptar las sugerencias y reclamos que podrían presentarse acerca del servicio y la atención recibida por el personal.

2.5.1.7. Horarios de atención

La orientación es satisfacer a todos los usuarios del aeropuerto, principalmente a los pasajeros de vuelos internacionales, los mismos que se efectúan todos los días y en variadas frecuencias tanto en la mañana, tarde y en la noche, motivo por el cual es indispensable mantener una atención permanente al menos 16 horas al día en dos jornadas de trabajo.

Estos factores se consideran fundamentales para el éxito de la empresa los mismos que servirán de directrices para establecer políticas y guías de acción para todos los empleados.

2.5.2. Estrategia organizativa

2.5.2.1. Misión

Ofrecer una gran variedad de rollos de sushi elaborados con ingredientes de alta calidad cuya procedencia sea tanto nacional como extranjera. Contar con un valioso capital humano que permita crear nuevas recetas que satisfagan los gustos culinarios de los clientes sin importar su nacionalidad.

2.5.2.2. Visión

Ser líderes en el mercado, así como en la innovación del producto (sushi) en la ciudad de Quito, a través de una constante capacitación, servicio al cliente, y dedicación de todo el personal que conforme la empresa.

2.5.2.3. *Valores*

- Trabajo y dedicación
- El talento humano es el principal capital de la empresa
- Diligencia y pro-actividad
- Excelencia en el servicio

2.5.2.4. *Nombre*

El nombre que se ha tomado en base a una lluvia de ideas es: “Edo Sushi”

2.5.2.5. *Razón social*

Edo sushi, será una empresa Limitada, cuyo capital social de acuerdo norma vigente ecuatoriana establece en un valor mínimo de \$400 USD.

2.5.2.6. *Eslogan*

“Un placer real”

2.5.2.7. *Logotipo*

Edo es el nombre que recibió Tokio antes de la restauración Meiji en 1868. El periodo Edo también se conoce por ser el principio de la era moderna en Japón.

GRÁFICO N°18 (Logo)



2.6. ESTRATEGIA DE MARKETING MIX

2.6.1. Producto

Se expondrá rollos de Sushi, principalmente en 7 variedades, los mismos que contienen uno o varios ingredientes de mayor aceptación que se reflejaron en las encuestas realizadas:

| |
|---------------------------------|
| • <i>AMANTES DEL SALMÓN</i> |
| • <i>LANGOSTINO TEMPURA</i> |
| • <i>ROLLO SUIZO</i> |
| • <i>CANGREJO DE PIEL SUAVE</i> |
| • <i>ICHIVAN</i> |
| • <i>TOMODACHI</i> |
| • <i>QUITO ROLL</i> |

Las recetas y nombres de los rollos de sushi fueron proporcionadas por el Sr. Mario Angulo, Jefe de cocina del Restaurante Tanoshi, Swissotel - Quito. (Ver anexo 4, recetas)

2.6.2. Precio

El precio que se ha fijado, es de \$ 7.50 dólares por rollo (cada rollo contiene 8 unidades), valor que no incluye IVA.

2.6.3. Promoción

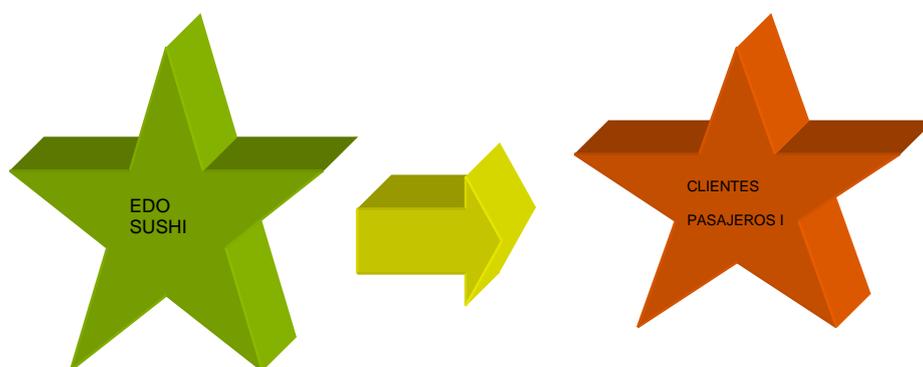
Se realizará degustaciones y exposiciones diarias dentro del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre para dar a conocer las diferentes variedades Sushi y su exquisito sabor. Inicialmente las degustaciones serán durante los primeros días a partir de la inauguración del Sushi – Bar.

2.6.4. Punto de venta

En la primera etapa se contará con un solo local situado en las instalaciones del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre. Posteriormente se analizará la posibilidad de abrir nuevas sucursales dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Finalmente, una vez establecido un posicionamiento de marca, se podrá presentar una franquicia para los diferentes aeropuertos del país que sean de interés comercial.

2.6.5. Cadena de comercialización

GRÁFICO N° 19 (Periodo: 2007-2008)



ELABORADO: POR LA AUTORA

2.6.6. Publicidad

Se elaborará, tarjetas, afiches, trípticos, hojas volantes, que serán entregados en el aeropuerto, dirigido principalmente a los viajeros internacionales como también al resto de personas que se encuentren en las instalaciones del mismo. *(Ver anexo 7, publicidad)*

2.7. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se relacionará la demanda potencial en base a las encuestas para el producto a ofrecer en el Aeropuerto, estudio que ha determinado que existe una aceptación del 71% del total de encuestados, porcentaje que representa los clientes potenciales, como se aprecia en el cuadro a continuación:

CUADRO Nº 26 (Demanda Potencial Anual)

| REF | PROYECCION | AÑO | |
|----------|-------------|--------------------------------|-------------------------|
| | AÑO | TOTAL VIAJEROS INTERNACIONALES | DEMANDA POTENCIAL (71%) |
| 0 | 2006 | 1.249.585 | 887.205 |
| 1 | 2007 | 1.437.023 | 1.020.286 |
| 2 | 2008 | 1.652.576 | 1.173.329 |
| 3 | 2009 | 1.900.463 | 1.349.328 |
| 4 | 2010 | 2.185.532 | 1.551.728 |
| 5 | 2011 | 2.513.362 | 1.784.487 |
| 6 | 2012 | 2.890.366 | 2.052.160 |
| 7 | 2013 | 3.323.921 | 2.359.984 |
| 8 | 2014 | 3.822.509 | 2.713.981 |
| 9 | 2015 | 4.395.885 | 3.121.079 |
| 10 | 2016 | 5.055.268 | 3.589.240 |

En base al Cuadro Nº 3, el total de viajeros internacionales esperados para el año 2008 que son 1.652.576 personas. En base a este resultado, el 71% aceptaría consumir sushi en el Aeropuerto Mariscal Sucre, es decir 1.173.329 personas anualmente, de las cuales, si se considera una distribución normal y equitativa durante el año (supuesto para el cálculo), el promedio mensual representaría $(1.173.329 / 12)$ a 97.777 viajeros al mes, como se aprecia en el cuadro a continuación:

CUADRO Nº 27 (Demanda Potencial Promedio Mensual)

| REF | AÑO | DEMANDA POTENCIAL | |
|----------|-------------|-------------------|---------------|
| | | ANUAL | MENSUAL |
| 0 | 2006 | 887.205 | 73.934 |
| 1 | 2007 | 1.020.286 | 85.024 |
| 2 | 2008 | 1.173.329 | 97.777 |
| 3 | 2009 | 1.349.328 | 112.444 |
| 4 | 2010 | 1.551.728 | 129.311 |
| 5 | 2011 | 1.784.487 | 148.707 |
| 6 | 2012 | 2.052.160 | 171.013 |
| 7 | 2013 | 2.359.984 | 196.665 |
| 8 | 2014 | 2.713.981 | 226.165 |
| 9 | 2015 | 3.121.079 | 260.090 |
| 10 | 2016 | 3.589.240 | 299.103 |

Esta demanda potencial se incrementaría anualmente en un porcentaje del 15%, que es un valor estimado de crecimiento en el número de viajeros del Aeropuerto Mariscal Sucre, como se analizó anteriormente.

El segundo factor que establecerá el tamaño del proyecto, representa la oferta del servicio, es decir el número de rollos de sushi que se logre producir en base a la capacidad instalada, Para establecer este valor se ha fijado como referencia la estimación efectuada por el Chef Mario Angulo¹⁷, con quien se mantuvo una entrevista y determinó que el promedio para elaborar un rollo de sushi (dependiendo de el grado de dificultad) toma de 2 a 3 minutos, es decir aproximadamente 2.5 minutos por cada rollo.

2.7.1. Capacidad instalada

Para determinar la capacidad instalada del proyecto, se considera el tiempo promedio de elaboración por cada rollo de sushi y el tiempo que toma su preparación. Como se indicó anteriormente se establecerá dos jornadas diarias de 8 horas de trabajo cada una.

CUADRO Nº 28 (Producción por jornada de trabajo)

| PRODUCCIÓN/ PROMEDIO | | | |
|--------------------------|------------|---------|------------|
| TIEMPO | ROLLOS | | |
| PROMEDIO (ROLLO/MINUTOS) | HORA | DIA | SET |
| | 60 Minutos | 8 Horas | 8 unidades |
| 2,5 | 24 | 384 | 48 |

Como se aprecia en el cuadro, en 8 horas de trabajo una persona puede elaborar 384 rollos, cada rollo contiene 8 unidades, por lo tanto se elaboraría 48 sets, que representaría a un equivalente en número de clientes, es decir 48 personas en una hora.

De acuerdo con la nómina de personal operativo propuesto en el Capítulo 1

Está conformado por:

- Chef (1), jornada de trabajo 8 horas diarias, horario rotativo.
- Cocinero (1), jornada de trabajo 8 horas diarias, horario rotativo.
- Ayudantes de Cocina (4), dos ayudantes atenderán en jornada de 8 horas y los restantes en jornada siguiente de 8 horas. El total de horas diarias de los asistentes totalizan 32 horas, finalmente sus horarios serán rotativos.
- Conformando de este modo el personal operativo que corresponde a un total de 6 personas que trabajarían en la producción ó elaboración de rollos de sushi.

¹⁷ Cargo: Jefe de Cocina de Tanoshi- SWISSOTEL Quito, 5 Enero 2008.

CUADRO N° 29 (Producción por número de personas)

| PRODUCCION POR NUMERO DE PERSONAS | | | | | |
|-----------------------------------|----------|----------------------------|--------------------|--------------------|---------------|
| CARGO | PUESTOS | PRODUCCION ROLLOS DE SUSHI | | | |
| | | DIA (16 horas) | SEMANA (7 días) | MES (4 semanas) | AÑO |
| CHEFF | 1 | 48 | 336 | 1.344 | 16.128 |
| COCINERO | 1 | 48 | 336 | 1.344 | 16.128 |
| Asistentes | 4 | 192 | 1344 | 5.376 | 64.512 |
| TOTAL | 6 | 288 | 2016 | 8.064 | 96.768 |

Como se aprecia en el cuadro, el Chef podría elaborar en su jornada 48 sets de rollos, el cocinero al igual que el primero, y los asistentes producirían un total de 192 rollos (48 sets * 4 empleados). Totalizando una producción diaria (en 2 jornadas) de 288 sets, que representan el mismo número de clientes, es decir Edo Sushi, tiene una capacidad de producción equivalente para atender.

CUADRO N° 30 (Capacidad Instalada)

| CAPACIDAD INSTALADA AÑO 2008 | |
|------------------------------|------------------------|
| DIA | 288 CLIENTES/DIA |
| SEMANA | 2.016 CLIENTES/ SEMANA |
| MES | 8.064 CLIENTES/MES |
| AÑO | 96.768 CLIENTES/AÑO |

2.7.2. *Relación demanda potencial versus capacidad instalada*

Para el presente análisis se mantiene constante la capacidad instalada, ya que para incrementar su producción se tendría que incrementar el número del personal operativo, el cual no se contempla en el presente proyecto, debido a que la superficie del local es de aproximadamente 15 m², lo que impediría hacerlo en la práctica, esto implicaría disponer de otro local para la producción de los rollos de sushi y transportarlos hacia el aeropuerto, esto contempla otros análisis de costos, ingresos, que no serían reales.

CUADRO N° 31 (Demanda Potencial Versus Capacidad instalada)

| AÑO | DEMANDA | CAPACIDAD | | | |
|------|-----------|-----------|------|---------------------------------|------|
| | POTENCIAL | INSTALADA | % | OPERATIVA (50% de la instalada) | |
| 2008 | 1.173.329 | 96.768 | 8,25 | 48.384 | 4,12 |
| 2009 | 1.349.328 | 96.768 | 7,17 | 48.384 | 3,59 |
| 2010 | 1.551.728 | 96.768 | 6,24 | 48.384 | 3,12 |

Como se aprecia en el cuadro, para el año 2008 el proyecto tendría la capacidad de satisfacer al 8.25% del total de la demanda potencial insatisfecha. Al mantenerse los factores favorables, y por el incremento del número de viajeros que se espera para el 2009 y 2010, la capacidad instalada sería cada vez menor para lograr satisfacer la gran demanda potencial ó aceptación que tendría el producto dentro del aeropuerto Mariscal Sucre. Sin embargo se estimará una capacidad operativa del 50%, es decir que se producirá la mitad de lo que el recurso humano operativo podría hacerlo, lo cual demostraría la viabilidad técnica que tiene el presente proyecto.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

3.1. COSTOS

3.1.1. Elaboración de rollos de sushi

De acuerdo con el estudio de mercado se ha establecido que las preferencias de los rollos de sushi se basan principalmente en los siguientes ingredientes:

- Anguila
- Aguacate
- Atún
- Cangrejo
- Queso crema
- Langostino.
- Salmón.

Para elaborar estos platos se requiere de los siguientes elementos que constituyen respectivamente la materia prima e insumos, los cuales se aprecian en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 32 (Costos elaboración del sushi)

| COSTOS PARA ELABORACION DE SUSHI | | | | | | |
|----------------------------------|--------------|----------|----------|-------|----------|--------|
| PRODUCTO | PRESENTACIÓN | CANTIDAD | MEDIDA | VALOR | COSTOS | |
| | | | | | UNITARIO | MEDIDA |
| ALGA | Paquete | 25 | gr. | 2,15 | 0,086 | gr. |
| ARROZ JAPONES | Paquete | 2,5 | Kg. | 4,42 | 0,0018 | gr. |
| ATÚN | Trozo | 1 | Kg. | 20 | 0,02 | gr. |
| ANGUILA | Paquete | 255 | gr. | 12 | 0,0471 | gr. |
| AGUACATE | Granel | 1 | Kg. | 1,3 | 0,0013 | gr. |
| AJONJOLÍ | Funda | 50 | gr. | 0,19 | 0,0038 | gr. |
| CEBOLLAS | Granel | 1 | Kg. | 0,72 | 0,00072 | gr. |
| CEBOLLINES | Frasco | 145 | gr. | 2,5 | 0,0172 | gr. |
| CAMARÓN | Funda | 454 | gr. | 5,13 | 0,0113 | gr. |
| CAMARÓN AHUMADO | Paquete | 200 | gr. | 4,33 | 0,0217 | gr. |
| CANGREJO | Lata | 175 | gr. | 4,75 | 0,0271 | gr. |
| CANGREJOS EN SARTA | Sarta | 10 | unidades | 13 | 1,3 | unidad |
| CAVIAR ROJO O NEGRO | Frasco | 100 | gr. | 5,34 | 0,0534 | gr. |
| CONCHAS | Granel | 1 | Kg. | 5,44 | 0,0544 | gr. |
| CALAMAR | Trozo | 1 | Kg. | 3,8 | 0,038 | gr. |
| ESPARRAGOS BLANCOS/VERDES | Lata | 485 | gr. | 3,85 | 0,0079 | gr. |

| COSTOS PARA ELABORACION DE SUSHI | | | | | | |
|-----------------------------------------|---------------------|-----------------|---------------|--------------|-----------------|---------------|
| PRODUCTO | PRESENTACIÓN | CANTIDAD | MEDIDA | VALOR | COSTOS | |
| | | | | | UNITARIO | MEDIDA |
| KANIKAMA | Paquete | 500 | gr. | 13 | 0,026 | gr. |
| LECHUGAS | Unidades | 150 | gr. | 0,65 | 0,0043 | gr. |
| LANGOSTINOS | Paquete | 1 | Kg. | 15 | 0,015 | gr. |
| LIMONES | Granel | 800 | gr. | 1,13 | 0,00141 | gr. |
| MAYONESA | Frasco | 900 | gr. | 4,3 | 0,0048 | gr. |
| MASAGO | Paquete | 200 | gr. | 1,95 | 0,0098 | gr. |
| MACARELA | Lata | 250 | gr. | 1,98 | 0,0079 | gr. |
| PANKO | Paquete | 200 | gr. | 1,95 | 0,0098 | gr. |
| PEPINILLOS | Unidades | 1 | Kg. | 0,59 | 0,00059 | gr. |
| PEPINILLOS ORIENTALES | Unidades | 60 | Kg. | 1,5 | 0,025 | gr. |
| PICUDO (PESCADO) | Trozo | 1 | Kg. | 11 | 0,011 | gr. |
| QUESO CREMA | Paquete | 250 | gr. | 1,13 | 0,0045 | gr. |
| SALMÓN | Paquete | 1 | Kg. | 12,47 | 0,0125 | gr. |
| SUSHI NORI | Hojas | 8 | hojas | 1,76 | 0,2200 | Hojas |
| SALSA TERIYAKI | Frasco | 296 | ml | 2,86 | 0,0097 | MI |
| SALSA DE SOYA | Botella | 150 | ml | 2,97 | 0,0198 | MI |
| SALSA DE ANGIULA | Botella | 16 | onz | 10 | 0,6250 | MI |
| TOMATE RIÑON | Granel | 1 | Kg. | 1,5 | 0,0015 | gr. |
| TAMAGO | Paquete | 200 | gr. | 1,95 | 0,0098 | gr. |
| TOBIKO | Paquete | 500 | gr. | 13 | 0,026 | gr. |
| TEMPURA MASA | Caja | 283 | onz | 2,97 | 0,0105 | gr. |
| VINAGRE | Botella | 355 | ml | 3,7 | 0,0104 | MI |
| WASABI | Paquete | 200 | gr. | 1,95 | 0,0098 | gr. |
| ZUQUINI | Unidades | 1 | Kg. | 0,46 | 0,0005 | gr. |

FUENTE: SUPERMAXI Y VARIOS

CUADRO Nº 33 (Rollo Referencia 01)

| NOMBRE DEL PLATO: AMANTES DE SALMON | | | | |
|---------------------------------------------------------|-----------------|---------------|------------------------|--------------|
| NUMERO DE PERSONAS: 10 (CADA PERSONA 8 ROLLITOS) | | | | |
| PRESENTACIÓN: ROLLOS | | | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | MEDIDA | costo/ unitario | TOTAL |
| ARROZ JAPONES | 500 | gr. | 0,0018 | 0,88 |
| SUSHI NORI | 5 | hojas | 0,2200 | 1,10 |
| WASABI | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| GENGIBRE | 150 | gr. | 0,0018 | 0,27 |
| SALSA SOYA | 10 | ml | 0,0198 | 0,20 |
| SALMON | 1000 | gr. | 0,0125 | 12,47 |
| CAVIAR | 200 | gr. | 0,0534 | 10,68 |
| SUMAN | | | | 26,09 |
| COSTO UNITARIO PERSONA | | | | 2,61 |
| COSTO POR ROLLITO | | | | 0,33 |

CUADRO Nº 34 (Rollo referencia 02)

| NOMBRE DEL PLATO: LANGOSTINO TEMPURA | | | | |
|--------------------------------------------------|----------|--------|-----------------|-------------|
| NUMERO DE PERSONAS: 10 (CADA PERSONA 8 ROLLITOS) | | | | |
| PRESENTACIÓN: ROLLOS | | | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | MEDIDA | costo/ unitario | TOTAL |
| ARROZ JAPONES | 500 | gr. | 0,0018 | 0,88 |
| SUSHI NORI | 5 | hojas | 0,2200 | 1,10 |
| WASABI | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| GENGIBRE | 150 | gr. | 0,0018 | 0,27 |
| SALSA SOYA | 10 | ml | 0,0198 | 0,20 |
| LANGOSTINO | 300 | gr. | 0,0150 | 4,50 |
| QUESO CREMA | 50 | gr. | 0,0079 | 0,40 |
| MAYONESA | 100 | gr. | 0,0048 | 0,48 |
| MASAGO | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| ESPARRAGOS | 150 | gr. | 0,0079 | 1,19 |
| MASA TEMPURA | 10 | onz | 0,0105 | 0,10 |
| SUMAN | | | | 10,09 |
| COSTO UNITARIO PERSONA | | | | 1,01 |
| COSTO POR ROLLITO | | | | 0,13 |

CUADRO Nº 35 (Rollo referencia 03)

| NOMBRE DEL PLATO: ROLLO SUIZO | | | | |
|--------------------------------------------------|----------|--------|-----------------|-------------|
| NUMERO DE PERSONAS: 10 (CADA PERSONA 8 ROLLITOS) | | | | |
| PRESENTACIÓN: ROLLOS | | | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | MEDIDA | costo/ unitario | TOTAL |
| ARROZ JAPONES | 500 | gr. | 0,0018 | 0,88 |
| SUSHI NORI | 5 | hojas | 0,2200 | 1,10 |
| WASABI | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| GENGIBRE | 150 | gr. | 0,0107 | 1,61 |
| SALSA SOYA | 10 | ml | 0,0201 | 0,20 |
| KANIKAMA | 150 | gr. | 0,0260 | 3,90 |
| QUESO CREMA | 50 | gr. | 0,0045 | 0,23 |
| LANGOSTINO | 200 | gr. | 0,0150 | 3,00 |
| SALMON | 200 | gr. | 0,0125 | 2,49 |
| AGUACATE | 300 | gr. | 0,0013 | 0,39 |
| TOBIKO | 50 | gr. | 0,0260 | 1,30 |
| SUMAN | | | | 15,59 |
| COSTO UNITARIO PERSONA | | | | 1,56 |
| COSTO POR ROLLITO | | | | 0,19 |

CUADRO Nº 36 (Rollo referencia 04)

| NOMBRE DEL PLATO: CANGREJO DE PIEL SUEAVE | | | | |
|----------------------------------------------------------|-----------------|---------------|------------------------|--------------|
| NUMERO DE PERSONAS: 10 (CADA PERSONA 8 ROLLITOS) | | | | |
| PRESENTACIÓN: ROLLOS | | | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | MEDIDA | costo/ unitario | TOTAL |
| ARROZ JAPONES | 500 | gr. | 0,0018 | 0,88 |
| SUSHI NORI | 5 | hojas | 0,2200 | 1,10 |
| WASABI | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| GENGIBRE | 150 | gr. | 0,0107 | 1,61 |
| SALSA SOYA | 10 | ml | 0,0201 | 0,20 |
| LECHUGA | 50 | gr. | 0,0043 | 0,22 |
| ESPARRAGOS | 150 | gr. | 0,0079 | 1,19 |
| MAYONESA | 100 | gr. | 0,0048 | 0,48 |
| CEBOLLINES | 25 | gr. | 0,0172 | 0,43 |
| CANGREJO EN SARTA | 10 | unidades | 1,3000 | 13,00 |
| SUMAN | | | | 19,60 |
| COSTO UNITARIO PERSONA | | | | 1,96 |
| COSTO POR ROLLITO | | | | 0,24 |

CUADRO Nº 37 (Rollo referencia 05)

| NOMBRE DEL PLATO: ICHIVAN | | | | |
|---------------------------------------------------------|-----------------|---------------|------------------------|--------------|
| NUMERO DE PERSONAS: 10 (CADA PERSONA 8 ROLLITOS) | | | | |
| PRESENTACIÓN: ROLLOS | | | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | MEDIDA | costo/ unitario | TOTAL |
| ARROZ JAPONES | 500 | gr. | 0,0018 | 0,88 |
| SUSHI NORI | 5 | hojas | 0,2200 | 1,10 |
| WASABI | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| GENGIBRE | 150 | gr. | 0,0107 | 1,61 |
| SALSA SOYA | 10 | ml | 0,0201 | 0,20 |
| KANICAMA | 350 | gr. | 0,0260 | 9,10 |
| SALMON | 250 | gr. | 0,0125 | 3,12 |
| MAYONESA | 100 | gr. | 0,0048 | 0,48 |
| MASAGO | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| QUESO CREMA | 50 | gr. | 0,0045 | 0,23 |
| TARAGO | 225 | gr. | 0,0098 | 2,19 |
| SUMAN | | | | 19,88 |
| COSTO UNITARIO PERSONA | | | | 1,99 |
| COSTO POR ROLLITO | | | | 0,25 |

CUADRO Nº 38 (Rollo referencia 06)

| NOMBRE DEL PLATO: TOMO DACHI (ANGUILA) | | | | |
|--------------------------------------------------|----------|--------|-----------------|-------------|
| NUMERO DE PERSONAS: 10 (CADA PERSONA 8 ROLLITOS) | | | | |
| PRESENTACIÓN: ROLLOS | | | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | MEDIDA | costo/ unitario | TOTAL |
| ARROZ JAPONES | 500 | gr. | 0,0018 | 0,88 |
| SUSHI NORI | 5 | hojas | 0,2200 | 1,10 |
| WASABI | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| GENGIBRE | 150 | gr. | 0,0107 | 1,61 |
| SALSA SOYA | 10 | ml | 0,0201 | 0,20 |
| SALSA DE ANGUILA | 10 | onz | 0,6250 | 6,25 |
| QUESO CREMA | 50 | gr. | 0,0045 | 0,23 |
| AGUACATE | 250 | gr. | 0,0013 | 0,33 |
| ANGUILA | 200 | gr. | 0,0471 | 9,41 |
| KANICAMA | 100 | gr. | 0,0260 | 2,60 |
| PANKO | 100 | gr. | 0,0098 | 0,98 |
| SUMAN | | | | 24,07 |
| COSTO UNITARIO PERSONA | | | | 2,41 |
| COSTO POR ROLLITO | | | | 0,30 |

CUADRO Nº 39 (Rollo Referencia 07)

| NOMBRE DEL PLATO: QUITO ROLL | | | | |
|--------------------------------------------------|----------|--------|-----------------|-------------|
| NUMERO DE PERSONAS: 10 (CADA PERSONA 8 ROLLITOS) | | | | |
| PRESENTACIÓN: ROLLOS | | | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | MEDIDA | costo/ unitario | TOTAL |
| ARROZ JAPONES | 500 | gr. | 0,0018 | 0,88 |
| SUSHI NORI | 5 | hojas | 0,2200 | 1,10 |
| WASABI | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| GENGIBRE | 150 | gr. | 0,0107 | 1,61 |
| SALSA SOYA | 10 | ml | 0,0201 | 0,20 |
| KANIKAMA | 300 | gr. | 0,0260 | 7,80 |
| CONCHAS | 100 | gr. | 0,0544 | 5,44 |
| MAYONESA | 100 | gr. | 0,0048 | 0,48 |
| MASAGO | 50 | gr. | 0,0098 | 0,49 |
| SUMAN | | | | 18,48 |
| COSTO UNITARIO PERSONA | | | | 1,85 |
| COSTO POR ROLLITO | | | | 0,23 |

En base a estos 7 rollos de referencia se pueden combinar elementos de los mismos para elaborar otros 7 tipos de rollos e incluso más de acuerdo con la habilidad del chef, sin embargo para dar un enfoque en cuanto a costos se refiere, los mismos serían suficientes porque integran las materias primas e insumos propuestos en el estudio de mercado, los cuales obtuvieron la aceptación mayoritaria de los encuestados.

Además, por la aceptación reflejada en el estudio de mercado, su consumo puede considerarse un comportamiento equitativo por cada tipo de rollo, por lo tanto, para determinar los costos, se ha considerado un valor promedio para elaborar dichos rollos, valor que servirá de referencia para estimar, tanto los gastos como los ingresos en base al nivel de producción establecido de acuerdo a la capacidad del proyecto, como se aprecia a continuación.

CUADRO Nº 40 (Costo elaboración rollos de sushi)

| PRESENTACION: ROLLOS | PRESENTACION/ COSTOS | |
|----------------------|----------------------|--------------------|
| | SET (8 ROLLOS) | UNITARIO/ ROLLO |
| AMANTE SALMON | 2,61 | 0,33 |
| LANGOSTINO TEMPURA | 1,01 | 0,13 |
| ROLLO SUIZO | 1,56 | 0,19 |
| CANGREJO PIEL SUAVE | 1,96 | 0,24 |
| ICHIVAN | 1,99 | 0,25 |
| TOMADOCHI ANGUILA | 2,41 | 0,30 |
| QUITO ROLL | 1,85 | 0,23 |
| PROMEDIO | 1,91 | 0,24 |

Como se aprecia en el cuadro, el costo promedio para elaborar un set (8 unidades), es de \$1.91 dólares, equivalente a un costo unitario promedio de \$0.24 centavos.

3.1.2. Costos de elaboración de rollos en base al número de clientes

Previamente, para determinar los costos en base al número de clientes que anteriormente fue establecido en el tamaño del proyecto, se debe considerar otro factor muy importante como es la inflación en el país, que de acuerdo con el Banco Central en los últimos cuatro años ha tenido el siguiente comportamiento:

CUADRO N° 41 (Inflación histórica 2004 – 2007)

| AÑO | PORCENTAJE |
|----------|------------|
| 2004 | 2,74 |
| 2005 | 3,14 |
| 2006 | 2,87 |
| 2007 | 3,32 |
| | |
| TOTAL | 12,07 |
| PROMEDIO | 3,02 |

Como se puede apreciar, la inflación en el país en estos últimos años se ha mantenido en un dígito y con un promedio de 3.02% anual, porcentaje que servirá de referencia para estimar el incremento de los costos para los años 2009 y 2010, como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 42 (Costo unitario de los rollos)

| COSTO UNITARIO ROLLOS | | |
|-----------------------|----------------|----------|
| AÑO | INFLACION % | COSTO |
| | | UNITARIO |
| 2008 | 0 | 1,91 |
| 2009 | 3,02 | 1,97 |
| 2010 | 3,02 | 2,03 |

Para el año 2008 no se considera inflación porque los precios que sirvieron de referencia para calcular los costos de los rollos fueron cotizados entre el 5 y 15 de enero de 2008 y para los siguientes dos años, se ha tomado una referencia del porcentaje de inflación promedio que es de 3.02%, por lo tanto se ve reflejado un incremento en los costos unitarios para los rollos en 1.97 para el año 2009 y 2.03% para el 2010, los cuales generan los siguientes costos totales para este periodo.

CUADRO Nº 43 (Costos para elaboración de rollos de sushi)

| AÑO | CLIENTES | COSTO | |
|------|----------|-----------------------------|--------|
| | AÑO | UNITARIO (SET 8 ROLLOS) | TOTAL |
| 2008 | 48.384 | 1,91 | 92.413 |
| 2009 | 48.384 | 1,97 | 95.204 |
| 2010 | 48.384 | 2,03 | 98.079 |

Para el año 2008, Edo Sushi requiere de \$92.413, para satisfacer la demanda de rollos, equivalente a \$7.701 mensuales como promedio.

3.1.3. Costos bebidas

Por otro lado los clientes acompañan los rollos de sushi con algún tipo de bebida, principalmente de acuerdo con el estudio de mercado registra el siguiente comportamiento:

- Te verde, 31%
- Cola (gaseosas), 11,50 %
- Cerveza nacional, 11,50%
- Cerveza Japonesa, 11%
- Sake, 22%
- jugos, 9 %
- vino, 4 %

Costos de las Bebidas

- Te verde, \$23 USD, caja con 50 funditas, costo unitario fundita \$ 0.46
- Cola (gaseosas), presentación 3 litros valor \$1,40 capacidad 20 vasos, costo unitario vaso \$0.07
- Cerveza nacional, presentación en lata, valor \$0.75, capacidad una persona
- Cerveza Japonesa, presentación pequeña. Valor \$3.50, capacidad una persona
- Sake, botella de 1.8 lts, \$29.00, capacidad 8 vasos, costo unitario vaso \$3.63
- jugos, varias frutas, presentación vaso, costo estimado promedio \$0.40
- Vino, botella, \$ 6 USD, capacidad 6 vasos, costo unitario \$1.00

Valores que se expresan en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 44 (Costo Unitario de bebidas)

| DETALLE | VALOR | PRESENTACIÓN | Costo/ Unitario |
|------------------|-------|----------------------|--------------------|
| TE VERDE | 23 | Paquete (50 fundas) | 0,46 |
| GASEOSA | 1,4 | Botella (3 litros) | 0,07 |
| CERVEZA NACIONAL | 0,75 | Lata | 0,75 |
| CERVEZA JAPONESA | 3,5 | Botella | 3,5 |
| SAKE | 29 | 1,8 Lt | 3,625 |
| JUGOS | 0,4 | (Vaso) | 0,4 |
| VINO | 6 | 760 cc | 1 |

CUADRO Nº 45 (Costo de las bebidas)

| COSTOS BEBIDAS AÑO 2008 | | | | | |
|-------------------------|------------|---------------|----------|---------------|--------------|
| DETALLE | PORCENTAJE | PERSONAS | COSTO | COSTO | |
| | CONSUMO | CONSUMO | UNITARIO | AÑO | MES |
| TE VERDE | 31 | 14.999 | 0,46 | 6.900 | 575 |
| GASEOSA | 11,5 | 5.564 | 0,07 | 389 | 32 |
| CERVEZA NACIONAL | 11,5 | 5.564 | 0,75 | 4.173 | 348 |
| CERVEZA JAPONESA | 11 | 5.322 | 3,5 | 18.628 | 1.552 |
| SAKE | 22 | 10.644 | 3,625 | 38.586 | 3.216 |
| JUGOS | 9 | 4.355 | 0,4 | 1.742 | 145 |
| VINO | 4 | 1.935 | 1 | 1.935 | 161 |
| TOTAL | 100 | 48.384 | | 72.353 | 6.029 |

De acuerdo con las referencias establecidas anteriormente se ha determinado que los costos de bebidas para Edo Sushi para el año 2008 se estiman en \$72.353, equivalente a \$6.029 USD por mes. Para los años 2009 y 2010, considerando una inflación promedio de 3.02%, los costos unitarios se incrementarían:

CUADRO Nº 46 (Costos bebidas año 2009)

| COSTOS BEBIDAS AÑO 2009 | | | | | |
|-------------------------|------------|---------------|----------|---------------|--------------|
| DETALLE | PORCENTAJE | PERSONAS | COSTO | COSTO | |
| | CONSUMO | CONSUMO | UNITARIO | AÑO | MES |
| TE VERDE | 31 | 14.999 | 0,47 | 7.108 | 592 |
| GASEOSA | 11,5 | 5.564 | 0,07 | 401 | 33 |
| CERVEZA NACIONAL | 11,5 | 5.564 | 0,77 | 4.299 | 358 |
| CERVEZA JAPONESA | 11 | 5.322 | 3,61 | 19.190 | 1.599 |
| SAKE | 22 | 10.644 | 3,73 | 39.752 | 3.313 |
| JUGOS | 9 | 4.355 | 0,41 | 1.794 | 150 |
| VINO | 4 | 1.935 | 1,03 | 1.994 | 166 |
| TOTAL | 100 | 48.384 | | 74.539 | 6.212 |

CUADRO Nº 47 (Costos bebidas año 2009)

| COSTOS BEBIDAS AÑO 2010 | | | | | |
|-------------------------|------------|---------------|----------|---------------|--------------|
| DETALLE | PORCENTAJE | PERSONAS | COSTO | COSTO | |
| | CONSUMO | CONSUMO | UNITARIO | AÑO | MES |
| TE VERDE | 31 | 14.999 | 0,49 | 7.323 | 610 |
| GASEOSA | 11,5 | 5.564 | 0,07 | 413 | 34 |
| CERVEZA NACIONAL | 11,5 | 5.564 | 0,80 | 4.429 | 369 |
| CERVEZA JAPONESA | 11 | 5.322 | 3,71 | 19.770 | 1.647 |
| SAKE | 22 | 10.644 | 3,85 | 40.952 | 3.413 |
| JUGOS | 9 | 4.355 | 0,42 | 1.849 | 154 |
| VINO | 4 | 1.935 | 1,06 | 2.054 | 171 |
| TOTAL | 100 | 48.384 | | 76.790 | 6.399 |

3.1.3.1. Consolidado costos elaboración de sushi rolls y bebidas

Agrupando los costos para elaborar los rollos de sushi y los requerimientos para disponer de las bebidas para el año 2008, se obtiene un valor de \$98.413, como se aprecia en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 48 (Consolidado costos elaboración de sushi rolls y bebidas)

| CONSOLIDADO COSTOS ELABORACIÓN SUSHI Y BEBIDAS | | | |
|------------------------------------------------|---------------|----------------|----------------|
| DETALLE | 2008 | 2009 | 2010 |
| ROLLOS SUSHI | 92.413 | 95.204 | 98.079 |
| BEBIDAS | 6.029 | 6.212 | 6.399 |
| SUMAN | 98.443 | 101.416 | 104.479 |

3.2. INGRESOS

Los ingresos están directamente relacionados a los costos por el número de rollos de sushi y bebidas que hayan sido vendidas. El precio de venta del set de rollos de sushi (8 unidades), como se ha explicado anteriormente será de \$7.50 dólares, y para obtener el precio de las bebidas se tomará como referencia el costo más un 30% sobre el mismo, como se aprecian en los siguientes cuadros:

3.2.1. Ingresos sobre rollos de sushi

CUADRO Nº 49 (Ingresos por rollos de sushi)

| INGRESOS ROLLOS DE SUSHI | | | |
|--------------------------|----------|-------------------------|---------|
| AÑO | CLIENTES | PRECIO DE VENTA | |
| | AÑO | UNITARIO (SET 8 ROLLOS) | TOTAL |
| 2008 | 48.384 | 7,50 | 362.880 |
| 2009 | 48.384 | 7,74 | 374.492 |
| 2010 | 48.384 | 7,99 | 386.476 |

Los ingresos por rollos de sushi vendidos para el año 2008 se esperan en \$362.880 USD.

3.2.2. Ingresos por bebidas

CUADRO Nº 50 (Ingresos por bebidas año 2008)

| INGRESOS BEBIDAS AÑO 2008 | | | | | |
|---------------------------|------------|---------------|----------|---------------|---------------|
| DETALLE | PORCENTAJE | PERSONAS | COSTO | PRECIO VENTA | INGRESOS |
| | CONSUMO | CONSUMO | UNITARIO | (30%+ COSTOS) | TOTALES |
| TE VERDE | 31 | 14.999 | 0,46 | 0,60 | 8.969 |
| GASEOSA | 11,5 | 5.564 | 0,07 | 0,09 | 506 |
| CERVEZA NACIONAL | 11,5 | 5.564 | 0,75 | 0,98 | 5.425 |
| CERVEZA JAPONESA | 11 | 5.322 | 3,5 | 4,55 | 24.216 |
| SAKE | 22 | 10.644 | 3,625 | 4,71 | 50.162 |
| JUGOS | 9 | 4.355 | 0,4 | 0,52 | 2.264 |
| VINO | 4 | 1.935 | 1 | 1,30 | 2.516 |
| TOTAL | 100 | 48.384 | | | 94.059 |

CUADRO Nº 51 (Ingresos por bebidas año 2009)

| INGRESOS BEBIDAS AÑO 2009 | | | | | |
|---------------------------|------------|---------------|----------|---------------|---------------|
| DETALLE | PORCENTAJE | PERSONAS | COSTO | PRECIO VENTA | INGRESOS |
| | CONSUMO | CONSUMO | UNITARIO | (30%+ COSTOS) | TOTALES |
| TE VERDE | 31 | 14.999 | 0,47 | 0,62 | 9.240 |
| GASEOSA | 11,5 | 5.564 | 0,07 | 0,09 | 522 |
| CERVEZA NACIONAL | 11,5 | 5.564 | 0,77 | 1,00 | 5.589 |
| CERVEZA JAPONESA | 11 | 5.322 | 3,61 | 4,69 | 24.948 |
| SAKE | 22 | 10.644 | 3,73 | 4,85 | 51.677 |
| JUGOS | 9 | 4.355 | 0,41 | 0,54 | 2.333 |
| VINO | 4 | 1.935 | 1,03 | 1,34 | 2.592 |
| TOTAL | 100 | 48.384 | | | 96.900 |

CUADRO N° 52 (Ingresos por bebidas año 2010)

| INGRESOS BEBIDAS AÑO 2010 | | | | | |
|---------------------------|------------|---------------|----------|---------------|---------------|
| DETALLE | PORCENTAJE | PERSONAS | COSTO | PRECIO VENTA | INGRESOS |
| | CONSUMO | CONSUMO | UNITARIO | (30%+ COSTOS) | TOTALES |
| TE VERDE | 31 | 14.999 | 0,49 | 0,63 | 9.519 |
| GASEOSA | 11,5 | 5.564 | 0,07 | 0,10 | 537 |
| CERVEZA NACIONAL | 11,5 | 5.564 | 0,80 | 1,03 | 5.758 |
| CERVEZA JAPONESA | 11 | 5.322 | 3,71 | 4,83 | 25.701 |
| SAKE | 22 | 10.644 | 3,85 | 5,00 | 53.238 |
| JUGOS | 9 | 4.355 | 0,42 | 0,55 | 2.403 |
| VINO | 4 | 1.935 | 1,06 | 1,38 | 2.670 |
| TOTAL | 100 | 48.384 | | | 99.826 |

3.2.3. Consolidado de ingresos

Agrupando los ingresos parciales se obtiene que para el año 2008 el total de ingresos se espere en 456.939 USD, como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 53 (Consolidado de ingresos)

| CONSOLIDADO INGRESOS | | | |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|
| DETALLE | 2008 | 2009 | 2010 |
| ROLLOS SUSHI | 362.880 | 374.492 | 386.476 |
| BEBIDAS | 94.059 | 96.900 | 99.826 |
| SUMAN | 456.939 | 471.392 | 486.302 |

3.3. SUELDO EMPLEADOS

Uno de los egresos más significativos que tiene el proyecto es el del recurso humano, el cual se ha establecido en un requerimiento de 14 personas, valores que se estiman en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 54 (Sueldo empleados)

| AÑO 2008 | NUMERO | SALARIO | TOTAL | 13 SUELDO | 14 SUELDO | VACACIONES | APORTE | | COSTO/MES | COSTO |
|-------------------------|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|----------|-----------------|------------------|
| | EMPLEADOS | BASICO | SBU | SBU/12 | 200 | SBU/24 | PATRONAL | RESERVA | EMPLEADOS | ANUAL |
| DETALLE | | UNIFICADO | | TOTAL | TOTAL | TOTAL | IESS (12,15%) | SBU/12 | USD | EMPLEADOS |
| Personal Administrativo | | | | | | | | | | |
| Gerente | 1 | 2500 | 2.500 | 208,33 | 16,67 | 104,17 | 303,75 | - | 3.132,92 | 37.595,00 |
| Secretaria-Contadora | 1 | 450 | 450 | 37,50 | 16,67 | 18,75 | 54,68 | - | 577,59 | 6.931,10 |
| Cajeros | 2 | 350 | 700 | 116,67 | 33,33 | 58,33 | 170,10 | - | 1.078,43 | 12.941,20 |
| SUMAN | | 2950 | 3.650,00 | 362,50 | 66,67 | 181,25 | 528,53 | - | 4.788,94 | 57.467,30 |
| Personal Operativo | | | | | | | | | | |
| Chef | 1 | 1500 | 1.500 | 125,00 | 16,67 | 62,50 | 182,25 | - | 1.886,42 | 22.637,00 |
| Cocinero | 1 | 650 | 650 | 54,17 | 16,67 | 27,08 | 78,98 | - | 826,89 | 9.922,70 |
| Ayudantes de Cocina | 4 | 400 | 1.600 | 533,33 | 66,67 | 66,67 | 194,40 | - | 2.461,07 | 29.532,80 |
| Meseros | 4 | 350 | 1.400 | 466,67 | 66,67 | 58,33 | 170,10 | - | 2.161,77 | 25.941,20 |
| SUMAN | | 2.900,00 | 5.150,00 | 1.179,17 | 166,67 | 214,58 | 625,73 | - | 7.336,14 | 88.033,70 |
| TOTAL | 14 | 5.850 | 8.800 | 1.542 | 233 | 396 | 1.154 | - | 12.125 | 145.501 |

3.3.1. Consolidado sueldo empleados

Consolidando los gastos que corresponden al sueldo de empleados para el año 2008, se requieren \$172.130 USD, al considerar una inflación del 3.2% como promedio para el año 2009, se requerirán \$ 177.638 USD y finalmente para el año 2010, el monto de \$183.322, como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 55 (Sueldo empleados)

| CONSOLIDADO SUELDO EMPLEADOS | | |
|------------------------------|---------|---------|
| 2008 | 2009 | 2010 |
| 145.501 | 150.157 | 154.962 |

3.3.2. Arriendo local

De acuerdo con la Administración de Quiport el metro cuadrado por renta estiman en \$60 USD, por 15 metros, el mes tendría un costo de \$900, al año equivale a $\$900 \times 12 = \10.800 .

3.3.3. Servicios básicos

CUADRO N° 56 (Servicios básicos)

| SERVICIOS BÁSICOS | | |
|--------------------|---------------|-----------------|
| DETALLE | VALOR | |
| | MES | AÑO |
| Servicio Eléctrico | 50,00 | 600,00 |
| Agua Potable | 40,00 | 480,00 |
| Teléfono | 150,00 | 1.800,00 |
| TOTAL | 240,00 | 2.880,00 |

3.3.4. Artículos de limpieza

CUADRO N° 57 (Artículos de limpieza)

| ARTICULOS DE LIMPIEZA | | | | |
|---------------------------|----------|----------|--------------|---------------|
| Detalle | Cantidad | Precio | | |
| | | Unitario | Total | Año |
| Escobas | 2 | 2 | 4,00 | |
| Trapeadores | 2 | 3 | 6,00 | |
| Desinfectante | 4 | 3 | 12,00 | |
| Cloro | 4 | 2 | 8,00 | |
| Papel Higiénico (paquete) | 4 | 4 | 16,00 | |
| Otros | | | 5,00 | |
| SUMAN | | | 51,00 | 612,00 |

3.3.5. Publicidad y propaganda

CUADRO N° 58 (Publicidad y propaganda)

| PUBLICIDAD Y PROPAGANDA | | |
|---------------------------------------------|------|-------|
| Detalles | MES | AÑO |
| Tarjetas, boletines, afiches, degustaciones | 1500 | 18000 |

3.3.6. Gastos varios

CUADRO N° 59 (Gastos varios)

| GASTOS VARIOS | | |
|---------------|-----|------|
| Detalles | MES | AÑO |
| Otros | 200 | 2400 |

3.3.7. Consolidado Costos y gasto

CUADRO N° 60 (Consolidado costos y gastos)

| CONSOLIDADO COSTOS Y GASTOS | | |
|-----------------------------|----------------|------------------------------|
| DETALLE | ANUAL | CAPITAL TRABAJO (30 DÍAS) |
| ROLLOS SUSHI | 92.413 | 7.701 |
| BEBIDAS | 6.029 | 502 |
| SUELDO EMPLEADOS | 145.501 | 12.125 |
| SERVICIOS BASICOS | 2.880,00 | 240 |
| ARRIENDO LOCAL | 10.800 | 900 |
| PUBLICIDAD Y PROPAGANDA | 18000 | 1.500 |
| ARTICULOS LIMPIEZA | 612,00 | 51 |
| GASTOS VARIOS | 2400 | 200 |
| SUMAN | 278.636 | 23.220 |

Para el proyecto se estima egresos consolidados por \$278.636 dólares anuales que equivalen a un requerimiento de capital de trabajo (requerimientos monetarios para poner en marcha el negocio por un periodo de 30 días), estimados en un total de \$23.220 dólares.

3.4. INVERSIÓN DEL PROYECTO

Para el funcionamiento óptimo del proyecto es necesario estimar los requerimientos económicos para adquirir activos, de acuerdo al tipo de negocio a instalar, en este caso son los siguientes:

CUADRO N° 62 (Activos fijos)

| EQUIPO: VITRINAS REFRIGERADAS | | |
|--------------------------------------|-----------------|---------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | PRECIO TOTAL |
| Exhibidores- Refrigerados Sushi | 2 | 8209,6 |
| (Incluye IVA) | | |

CUADRO N° 63 (Activos fijos)

| EQUIPO: CAJA REGISTRADORA | | |
|----------------------------------|-----------------|---------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | PRECIO TOTAL |
| Caja Registradora | 1 | 250 |
| (Incluye IVA) | | |

CUADRO N° 64 (Activos fijos)

| ENSERES DE COCINA | | |
|---------------------------------------------------------|-----------------|---------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | PRECIO TOTAL |
| Platos, cuchillos, tenedores, Envases, ollas, varios | Varia | 200 |
| (Incluye IVA) | | |

CUADRO N° 65 (Activos fijos)

| MUEBLES: MESAS Y SILLAS | | | |
|--------------------------------|-----------------|------------------------|---------------|
| DETALLE | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
| Mesas | 6 | 150 | 900 |
| Sillas | 24 | 35 | 840 |
| SUB TOTAL | | | 1740 |
| IVA | | | 208,8 |
| TOTAL | | | 1948,8 |

CUADRO N° 65 (Activos fijos agrupados)

| MUEBLES Y ENSERES | |
|--------------------------|-----------------|
| DETALLE | VALOR |
| Mesas y Sillas | 1.948,80 |
| Muebles en General | 7.316,06 |
| Enseres Cocina | 200,00 |
| TOTAL | 9.464,86 |

CUADRO N° 66 (Equipos)

| EQUIPOS | |
|-----------------------|-----------------|
| DETALLE | VALOR |
| Vitrinas Refrigeradas | 8.209,60 |
| Caja Registradora | 250,00 |
| TOTAL | 8.459,60 |

CUADRO N° 67 (Equipos de cómputo)

| EQUIPO DE COMPUTO | | |
|---------------------------------------|----------|--------------|
| DETALLE | CANTIDAD | PRECIO TOTAL |
| Computadora Pentium IV , Impresora | 1 | 860 |
| (Incluye IVA) | | |

3.4.1. Gastos de constitución de la empresa

Son aquellos gastos requeridos para poner en funcionamiento el negocio y son:

CUADRO N° 68 (Gastos de constitución)

| GASTOS DE CONSTITUCION | |
|------------------------|-------------|
| Detalle | TOTAL |
| | USD |
| Constitución Empresa | 1500 |
| Permisos y Patentes | 300 |
| Mejoras Local | 1200 |
| Varios | 100 |
| SUMAN: | 3100 |

3.4.2. Capital de trabajo

Como se indicó anteriormente son los egresos necesarios para que el negocio sea operable, es decir hasta que los ingresos cubran los gastos, para el proyecto se ha estimado en 30 días.

CUADRO N° 69 (Capital de trabajo)

| CAPITAL DE TRABAJO | |
|-------------------------|---------------|
| DETALLE | VALORES |
| ROLLOS SUSHI | 7.701 |
| BEBIDAS | 502 |
| SUELDO EMPLEADOS | 12.125 |
| SERVICIOS BASICOS | 240 |
| ARRIENDO LOCAL | 900 |
| PUBLICIDAD Y PROPAGANDA | 1.500 |
| ARTICULOS LIMPIEZA | 51 |
| GASTOS VARIOS | 200 |
| SUMAN | 23.220 |

3.4.3. Inversión del proyecto

CUADRO N° 70 (Inversión del proyecto)

| INVERSIÓN DEL PROYECTO | | |
|---------------------------------|---------------|---------------|
| Descripción | Inversión | % |
| | USD | |
| I. ACTIVO FIJO | | |
| MUEBLES Y ENSERES | 9.465 | |
| EQUIPOS RESTAURANTE | 8.460 | |
| EQUIPO DE COMPUTO | 860 | |
| TOTAL ACTIVO FIJO | 18.784 | 39,66 |
| II GASTOS DE CONSTITUCION | | |
| CONSTITUCIÓN LEGAL EMPRESA | 1.500 | |
| PERMISOS Y PATENTES | 300 | |
| MEJORAS AL LOCAL | 1.200 | |
| VARIOS | 100 | |
| TOTAL ACTIVO DIFERIDO | 3.100 | 6,55 |
| III CAPITAL DE TRABAJO | | |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | 23.220 | 49,03 |
| SUMAN(I+II+III) | 45.104 | |
| IV. IMPREVISTOS (5 %) | 2.255 | 4,76 |
| TOTAL INVERSION | 47.360 | 100,00 |

El proyecto requiere de una inversión total de \$47.360 USD, de los cuales aproximadamente un 40% son para la adquisición de activos fijos, un 7% para gastos de constitución o activo diferido, 49% para capital de trabajo y el restante 5% por imprevistos.

3.4.4. *Financiamiento del proyecto*

El proyecto contempla una inversión del 50% a través de sus inversionistas y el restante 50% por medio de un crédito bancario

CUADRO N° 71 (Estructura del financiamiento)

| ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO | | |
|-------------------------------------------|---------------|------------|
| INVERSION TOTAL | USD | Porcentaje |
| APORTE PROPIO | 23.680 | 50 |
| APORTE DE BANCO | 23.680 | 50 |
| TOTAL | 47.360 | 100 |

Como se aprecia en el cuadro se requiere de un préstamo por un total de \$23.680 USD, valor necesario implementar el proyecto, el cual se tomaría bajo los siguientes parámetros.

3.4.5. *Amortización y crédito bancario*

El crédito bancario es de \$23.680 USD, pactado a una tasa de interés “máxima comercial Pymes del 15.90%¹⁸, a un plazo de tres años:

El monto de la cuota anual se calcula aplicando la siguiente ecuación¹⁹ :

$$C = P * \frac{i (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

Donde:

C: Es el valor de la cuota anual

P: Monto del préstamo = \$23.680 USD

i: La tasa de interés = 0.1590

n: el número de cuotas (años) = 3

¹⁸ Tasa Vigente,

¹⁹ “SAPAG CHAIN Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, IV Edición, México, Edit. Mc Graw Hill, 2.003. p. 273”

$$C = 23.680 * \frac{0.1590 * (1 + 0.1590)^3}{(1 + 0.1590)^3 - 1}$$

$$C = 23.680 * \frac{0.247541166}{0.556862679}$$

$$C = 23.680 \times 0.4444528$$

$$C = 10.526,36$$

La amortización de la deuda a 5 años plazo es de \$10.526,36

CUADRO N° 72 (Tabla amortización de la deuda)

| PERIODO | DEUDA | INTERESES | AMORTIZACION | SERVICIO | SALDO |
|---------|---------------------|--------------|---------------|---------------|--------|
| | USD | USD | USD | USD | DEUDA |
| 1 | 23.680 | 3.765,10 | 6.761,26 | 10.526,36 | 16.919 |
| 2 | 16.919 | 2.690,05 | 7.836,30 | 10.526,36 | 9.082 |
| 3 | 9.082 | 1.444,08 | 9.082,28 | 10.526,36 | - |
| | | 7.899 | 23.680 | 31.579 | |
| | Impuesto SOLCA (1%) | | 237 | | |

3.4.6. Depreciaciones y amortizaciones

Los activos fijos (Edificios, maquinaria, Muebles, Equipos, etc.), pierden su valor por el uso o por la obsolescencia disminuyendo así su potencial de servicio.

Depreciación es el proceso de asignar a gasto el costo de un activo de planta o activo fijo, durante el período en que se usa el activo. “En evaluación de proyectos se tiene un valor residual igual a cero”²⁰.

Los porcentajes de depreciación de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno (Art. 21, numeral 6 literal d) son los siguientes:

- 1.- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares:
- 5 % anual.
- 2.- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles: 10% anual.
- 3.- Vehículos, equipo de transporte y equipo camionero móvil: 20% anual.
- 4.- Equipos de cómputo y software 33% anual.

La amortización de acuerdo con la Ley se lo realiza en 5 años

CUADRO N° 73 (Tabla depreciación de muebles y enseres)

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|-------------------|--------------|---------------|--------------|
| PERIODO | VALOR | Depreciación | Saldo |
| AÑOS | USD | 10% | Libros |
| 2.008 | 9.465 | 946,49 | 8.518 |
| 2.009 | 8.518 | 946,49 | 7.572 |
| 2.010 | 7.572 | 946,49 | 6.625 |
| 2.011 | 6.625 | 946,49 | 5.679 |
| 2.012 | 5.679 | 946,49 | 4.732 |
| 2.013 | 4.732 | 946,49 | 3.786 |
| 2.014 | 3.786 | 946,49 | 2.839 |
| 2.015 | 2.839 | 946,49 | 1.893 |
| 2.016 | 1.893 | 946,49 | 946 |
| 2.017 | 946 | 946,49 | 0 |

²⁰ “Ibíd., p. 156”

CUADRO N° 74 (Depreciación de equipos de restaurantes)

| EQUIPOS RESTAURANTE | | | |
|---------------------|--------------|---------------|--------------|
| PERIODO | VALOR | Depreciación | Saldo |
| AÑOS | USD | 10% | Libros |
| 2.008 | 8.460 | 845,96 | 7.614 |
| 2.009 | 7.614 | 845,96 | 6.768 |
| 2.010 | 6.768 | 845,96 | 5.922 |
| 2.011 | 5.922 | 845,96 | 5.076 |
| 2.012 | 5.076 | 845,96 | 4.230 |
| 2.013 | 4.230 | 845,96 | 3.384 |
| 2.014 | 3.384 | 845,96 | 2.538 |
| 2.015 | 2.538 | 845,96 | 1.692 |
| 2.016 | 1.692 | 845,96 | 846 |
| 2.017 | 846 | 845,96 | - |

CUADRO N° 75 (Depreciación de equipos de cómputo)

| EQUIPO DE COMPUTO | | | |
|-------------------|--------|--------------|--------|
| PERIODO | VALOR | Depreciación | Saldo |
| AÑOS | USD | 33% | Libros |
| 2008 | 860,00 | 286,67 | 573,33 |
| 2009 | 573,33 | 286,67 | 286,67 |
| 2010 | 286,67 | 286,67 | - |

CUADRO N° 76 (Depreciación de gastos de constitución)

| AMORTIZACION ACUMULADA GASTOS DE CONSTITUCIÓN | | | |
|-----------------------------------------------|----------|--------------|----------|
| PERIODO | VALOR | Depreciación | Saldo |
| AÑOS | USD | 20% | Libros |
| 2008 | 3.100,00 | 620,00 | 2.480,00 |
| 2009 | 2.480,00 | 620,00 | 1.860,00 |
| 2010 | 1.860,00 | 620,00 | 1.240,00 |
| 2011 | 1.240,00 | 620,00 | 620,00 |
| 2012 | 620,00 | 620,00 | - |

CUADRO N° 77 (Depreciación y amortizaciones acumuladas)

| DEPRECIACIONES ACUMULADAS | | | | | |
|------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Muebles y Enseres | 946 | 946 | 946 | 946 | 946 |
| Equipos Restaurante | 846 | 846 | 846 | 846 | 846 |
| Equipo de Computo | 287 | 287 | 287 | - | - |
| Amortización Gastos de Constitución | 620 | 620 | 620 | 620 | 620 |
| TOTAL (DEPRECIACIONES+AMORTIZACION) | 2.699 | 2.699 | 2.699 | 2.412 | 2.412 |
| TOTAL DEPRECIACIONES | 2.079 | 2.079 | 2.079 | 1.792 | 1.792 |

3.5. COSTOS

3.5.1. Costos Fijos

Son gastos que la empresa deberá afrontar sin importar el volumen de producción, ya que son necesarios para mantener en funcionamiento la estructura del negocio.

CUADRO N° 78 (Costos fijos)

| COSTOS FIJO | 2.008 | 2.009 | 2.010 |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| DETALLE/ INFLACION | 0 | 3,20 | 3,20 |
| Sueldo Empleados | 145.501,00 | 150.157,03 | 154.962,06 |
| Depreciaciones + Amortizaciones | 2.699,11 | 2.699,11 | 2.699,11 |
| Amortización Deuda | 10.526,36 | 10.526,36 | 10.526,36 |
| Impuesto SOLCA (1%) | 236,80 | - | - |
| SUMAN | 158.963,27 | 163.382,50 | 168.187,53 |

3.5.2. Costos variables.

Son aquellos gastos que se van modificando en relación al volumen de producción:

CUADRO N° 79 (Costos variables)

| COSTO VARIABLE | 2.008 | 2.009 | 2.010 |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Inflación | - | 3,20 | 3,20 |
| DETALLE | | | |
| Elaboración de rollos de sushi | 92.413,00 | 95.370,22 | 98.422,06 |
| Bebidas | 6.029,00 | 6.221,93 | 6.421,03 |
| Sueldos Empleados | 145.501,00 | 150.157,03 | 154.962,06 |
| Servicios Básicos | 2.880,00 | 2.972,16 | 3.067,27 |
| Arriendo Local | 10.800,00 | 11.145,60 | 11.502,26 |
| Publicidad y Promociones | 18.000,00 | 18.576,00 | 19.170,43 |
| Artículos de limpieza | 612,00 | 631,58 | 651,79 |
| Gastos Varios | 2.400,00 | 2.476,80 | 2.556,06 |
| SUMAN | 278.635,00 | 287.551,32 | 296.752,96 |

3.5.3. Costos totales

Los costos totales son la sumatoria de los costos fijos y variables, como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 80 (Costos totales)

| DETALLE | 2.008 | 2.009 | 2.010 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| COSTO FIJO | 158.963,27 | 163.382,50 | 168.187,53 |
| COSTO VARIABLE | 278.635,00 | 287.551,32 | 296.752,96 |
| SUMAN | 437.598,27 | 450.933,82 | 464.940,49 |

3.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio para una empresa es igual al nivel de ventas que ésta debe realizar para no obtener ni pérdidas ni ganancias. En el punto de equilibrio las ventas de la empresa solo alcanzan a cubrir los costos totales, en decir con cero pérdidas y cero utilidad.

Para el empresario es de vital importancia conocer el punto de equilibrio porque:

- Le suministra información para controlar sus costos.
- Le sirve de referencia para planificar sus ventas y las utilidades que desea obtener.
- Con base en los planes de ventas y utilidades que el empresario se fije, se pueden calcular fácilmente las necesidades de dinero para financiar las materias primas, los salarios y otros costos necesarios para la producción de la empresa.

3.6.1. Punto de equilibrio para el año 2008

$$\text{EL punto de equilibrio sucede cuando}^{21}: = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{Ventas}}}$$

DONDE:

Costo Fijo: \$ 158.963,27

Costo Variable: \$ 278.635

Ventas = \$ 456.939

$$\text{PQ} = \frac{158.963,27}{1 - \frac{278.635}{456.939}} = \frac{158.963,27}{1 - 0.6098} = \frac{158.963,27}{0.39021}$$

| |
|-------------------------------------------------------|
| PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL (2008) = \$407.375 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL (2008) = \$ 33.948 |

CUADRO N° 81 (Punto de equilibrio período 2008 – 2010)

| | 2.008 | 2.009 | 2.010 |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos | 456.939,00 | 471.392,00 | 486.302,00 |
| CF | 158.963,27 | 163.382,50 | 168.187,53 |
| CV | 278.635,00 | 287.551,32 | 296.752,96 |
| PE(AÑO) | 407.375 | 418.935 | 431.497 |
| PE(MES) | 33.948 | 34.911 | 35.958 |

²¹ MOLINA Antonio, Contabilidad de Costos, Quito, Edit. Universidad Central, p.317.

CUADRO Nº 82 (Proyección de los balances de resultados)

| | 2008 | 2009 | 2010 |
|--------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TOTAL INGRESOS | | | |
| VENTAS NETAS | 456.939,00 | 471.392,00 | 486.302,00 |
| (-) GASTOS DE ELABORACIÓN | | | |
| SUSHI | 92.413,00 | 95.370,22 | 98.422,06 |
| BEBIDAS | 6.029,00 | 6.221,93 | 6.421,03 |
| MANO OBRA DIRECTA | 88.033,70 | 90.850,78 | 93.758,00 |
| TOTAL GASTOS ELABORACION | 186.475,70 | 192.442,92 | 198.601,10 |
| UTILIDAD BRUTA | 270.463,30 | 278.949,08 | 287.700,90 |
| (-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS | | | |
| Sueldo Personal Administrativo | 57.467,30 | 59.306,25 | 61.204,05 |
| Servicios Básicos | 2.880,00 | 2.972,16 | 3.067,27 |
| Arriendo Local | 10.800,00 | 11.145,60 | 11.502,26 |
| Publicidad y Promoción | 18.000,00 | 18.576,00 | 19.170,43 |
| Artículos de Limpieza | 612,00 | 631,58 | 651,79 |
| Gastos Varios | 2.400,00 | 2.476,80 | 2.556,06 |
| Depreciación y Amortización | 2.699,11 | 2.699,11 | 2.699,11 |
| TOTAL GASTOS OPERATIVOS | 94.858,41 | 97.807,51 | 100.850,98 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 175.604,89 | 181.141,57 | 186.849,92 |
| (-)GASTOS FINANCIEROS | | | |
| Interés Bancario | 3.765,10 | 2.690,05 | 1.444,08 |
| Impuesto SOLCA (1%) | 236,80 | | |
| TOTAL GASTOS FINANCIEROS | 4.001,89 | 2.690,05 | 1.444,08 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 171.602,99 | 178.451,51 | 185.405,84 |
| 15% PART. TRABAJADORES | 25.740,45 | 26.767,73 | 27.810,88 |
| UTILIDAD ANTES IMP. RENTA | 145.862,54 | 151.683,79 | 157.594,97 |
| 25 % IMPUESTO A LA RENTA | 36.465,64 | 37.920,95 | 39.398,74 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | 109.397 | 113.763 | 118.196 |

El proyecto arroja utilidades para los tres años. Para el año 2008 se estima utilidades netas de \$ 109.397 dólares, para 2009 de \$113.763 dólares y finalmente en el 2010 un total de \$118.196 dólares. Por lo tanto se demuestra la viabilidad financiera del proyecto.

CUADRO N° 83 (Flujo de caja)

| FLUJO DE CAJA | | | | |
|--------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| PERIODO | 0 | 1 | 2 | 3 |
| INGRESOS | - | 456.939 | 471.392 | 486.302 |
| UTILIDAD BRUTA | - | 270.463 | 278.949 | 287.701 |
| UTILIDAD OPERATIVA | - | 175.605 | 181.142 | 186.850 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO TRABAJADORES | - | 171.603 | 178.452 | 185.406 |
| (-) 15 PARTICIPACION TRABAJADORES | - | 25.740 | 26.768 | 27.811 |
| UAIR | - | 145.863 | 151.684 | 157.595 |
| (-) 25 IMP. A LA RENTA | - | 36.466 | 37.921 | 39.399 |
| UTILIDAD EJERCICIO | | 109.397 | 113.763 | 118.196 |
| (+) DEPREC Y AMORTIZAC | | 2.699 | 2.699 | 2.699 |
| FLUJO CAJA LIBRE | -47.360 | 112.096 | 116.462 | 120.895 |

El flujo de caja para el proyecto correspondiente al periodo 2008- 2010, dispone de un flujo positivo, es decir los inversionistas no requieren realizar desembolsos adicionales al establecido, como tampoco recurrir a otros prestamos bancarios, presentándose una posición solvente.

3.6.2. Análisis del valor actual neto (VAN)

La técnica del Valor Actual Neto es la que se utiliza con mayor frecuencia para tomar decisiones al momento de invertir, se tiene que comparar valores monetarios en el tiempo, es decir, se requiere medir cambios entre gastos e ingresos actuales.

Considerando que el valor actual neto es mayor que cero, la inversión es recomendable, además cabe mencionar que mientras más alejado esté de cero es mejor, en este caso el VAN es igual a 185.507 dólares; al ser mayor que uno significa que el proyecto es viable, como se puede apreciar en el siguiente cuadro a continuación:

CUADRO N° 83 (Valor presente neto)

| MÉTODO: VALOR PRESENTE NETO (VAN) | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|------------------|
| VPN = (FE1/(1+K)^1) +FE2/(1+K)^2),,,, + (FEn/(1+K)^n) - INVERSIÓN INICIAL | | | |
| | | | INVERSION |
| 2008 | 2009 | 2010 | INICIAL |
| 91.091 | 76.904 | 64.872 | 47.360 |
| VAN = | 185.507 | | |

3.6.3. Análisis de la tasa interna de retorno (TIR)

Constituye un método complementario al VAN para evaluar las inversiones. Se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea cero, es decir, que el valor presente de las entradas de efectivo será exactamente igual a la inversión inicial neta realizada.

La Tasa Interna de Retorno representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido, en porcentajes, mientras que el VAN lo hace en cantidad de dinero.

CUADRO N° 84 (Tasa interna de retorno).

| MÉTODO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------------|
| VPN = 0 = (FE1/(1+K)^1) +FE2/(1+K)^2),,,, + (FEn/(1+K)^n) - INVERSIÓN INICIAL | | | | |
| PERIODO | 2008 | 2009 | 2010 | INVERSION |
| TASA DEL | | | | INICIAL |
| 230% | 33.968 | 10.694 | 3.364 | 47.360 |
| TIR= 2,3 | | | | |

En este caso, el TIR para el proyecto es del 230%, lo que demostraría la alta rentabilidad que tiene en relación al capital invertido.

3.6.4. Periodo de recuperación de la inversión (P.R.I.)

El P.R.I., consiste en el periodo de tiempo que se requiere para recuperar la inversión en relación con los flujos de caja al valor presente, como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 85 (Periodo de recuperación de la inversión)

| FLUJO DE EFECTIVO | | | |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| INVERSION INICIAL | 2008 | 2009 | 2010 |
| -47.360 | 91.091 | 76.904 | 64.872 |
| | | | |
| 1año = | 91.091 | | |
| Inversión Inicial < Flujo Caja 1 año | | | |
| 47.360 < 91.091 | | | |

El tiempo de recuperación de la inversión inicial será en 1 año

3.6.5. Análisis Beneficio / Costo (B/C)

El presente análisis relaciona los ingresos esperados a valores presente a través del flujo de caja dividido por la inversión propia realizada por los inversionistas del proyecto.

CUADRO N° 86 (Periodo de recuperación de la inversión)

| BENEFICIO/COSTO | |
|-----------------------------|--------------------------|
| AÑOS | Flujo Caja a valores VAN |
| 2008 | 91.091 |
| 2009 | 76.904 |
| 2010 | 64.872 |
| TOTAL | 232.867 |
| Inversión Propia | 23.680 |
| Costo/ Beneficio | 9,83 |

El B/C para el proyecto es de \$9.83

CAPITULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

La comida japonesa, que tanto terreno ha ganado en el mundo occidental es básicamente una manera de sacar partido de los ingredientes que la naturaleza pone al alcance de los nipones

Los japoneses siempre han sido por esencia un pueblo de tradición pescadora lo que les ha permitido crear una cultura gastronómica diversa, nutritiva, sana, refinada y ligera, en la que el sushi se convierte en uno de sus mejores protagonistas. Cargado de exotismo, este plato, cuyos principales ingredientes son el arroz, las algas y el pescado crudo, se ha impuesto en las cocinas de los más prestigiosos restaurantes.

El sushi y la cocina oriental se han puesto de moda a nivel mundial y el Ecuador no resulta una excepción porque cada día existen más adeptos, por lo que resulta rentable y viable la implementación de un de un Sushi - Bar en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito.

Dicho proyecto se lo llevará a cabo en base a las siguientes conclusiones que refleja el presente estudio:

- La demanda potencial para los rollos de sushi es del 79%, es decir aproximadamente ocho de cada diez persona le gustaría consumirlos.
- Los ingredientes más aceptados que deben integrarse básicamente en los rollos de sushi son: Cangrejo, Salmón, Langostinos, Atún, Anguila, Aguacate y queso crema. En base a estos elementos se han elaborado 7 rollos, y sus recetas sirvieron como referencia para los costos del proyecto.
- De igual manera las bebidas que acompañarían al sushi son: Té verde, gaseosas, jugos, cerveza nacional, cerveza japonesa, sake.
- El precio de venta por rollo de sushi, de acuerdo con el estudio de mercado es de \$ 7.5 dólares, valor que se ha establecido como referencia.

- Los factores claves de éxito para el proyecto son: innovación, tecnología, logística, servicio al cliente, precio justo, horarios de atención, los mismos que se han implementado como estrategias para conformar el Plan de Marketing Mix.
- La capacidad instalada del negocio, representa el 8.6% de la demanda potencial y apenas el 4.12% de la capacidad operativa a instalarse. Esto significa que en relación al número de clientes potenciales interesados en consumir sushi en las instalaciones del aeropuerto, apenas 4 de 100 personas son requeridas para establecer los ingresos y gastos del presente proyecto. En conclusión se puede decir que los resultados obtenidos son muy conservadores a los que podrían alcanzarse.
- Para la implementación del proyecto se requiere una inversión total de \$ 47.360 dólares, valor que será financiado en dos partes: el 50% en aportaciones de los accionistas y el restante 50% a través de un crédito bancario.
- El crédito bancario, tiene un monto de \$23.680, a una tasa referencial máxima (segmento Pymes) del 15.90% a un plazo de tres años, con una amortización de la deuda anual de \$10.526,36.
- Los costos fijos representan aproximadamente el 36.33% del costo total, mientras que los costos variables representan el restante 63.67%, es decir a mayor volumen de elaboración de rollos de sushi existirán mayores costos. En contrapartida los ingresos estimados para el año 2008 son \$ 456.939 dólares. Por lo tanto se obtiene un punto de equilibrio anual de \$407.375 dólares, equivalente a \$33.948 dólares mensuales.
- El Flujo de caja para el proyecto es positivo para los tres años analizados, por lo tanto los inversionistas no requerirán efectuar nuevas aportaciones de capital, como tampoco solicitar otros créditos bancarios, lo que demuestra la solidez del negocio.
- El análisis financiero demuestra un VAN y TIR positivos, el tiempo de retorno de la inversión es de un año y finalmente el análisis beneficio/costo es de \$9.83, es decir por cada dólar invertido se obtendrá \$9.85 dólares en un periodo de tres años. Finalmente se puede concluir que el proyecto tiene excelentes beneficios a corto y mediano plazo.

4.2. RECOMENDACIONES

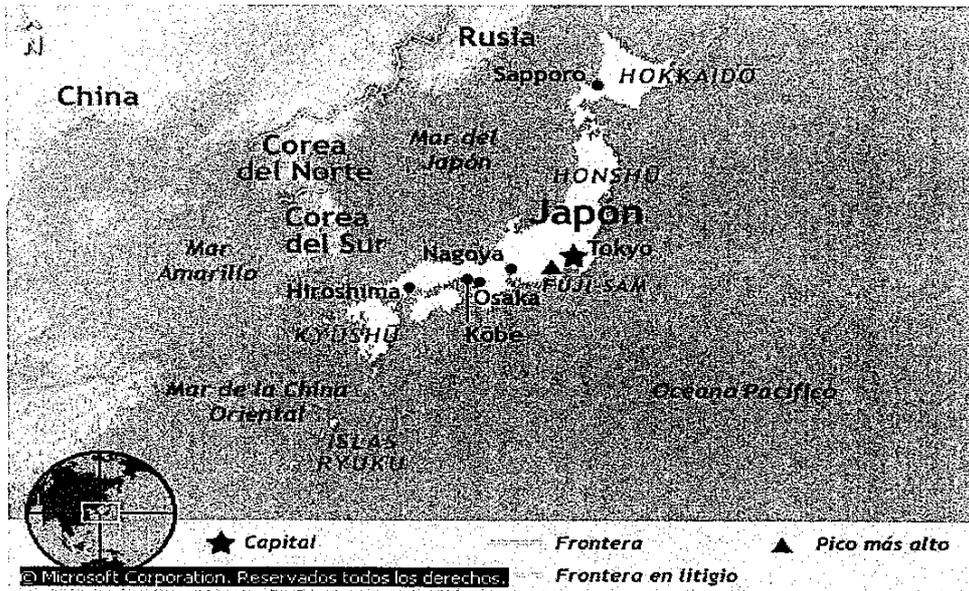
- Demostrada la viabilidad tanto, operativa, legal, económica, de mercado y financiera se recomienda la implementación del proyecto en el menor tiempo posible.
- Que se incremente la variedad de rollos de sushi, en periodos de tres meses, ofreciendo por lo menos dos variedades nuevas de combinaciones.
- Negociar con Quiport, la concesión de un local en el nuevo aeropuerto de Quito.
- Con las utilidades obtenidas, invertir las en la apertura de nuevos locales a ubicarse dentro del Distrito Metropolitano de Quito, por lo menos un local por sector, previo estudios de mercado.
- A futuro establecer una franquicia para que Edo Sushi tenga presencia a nivel nacional.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Barber, K y TAKEMURA, H. (2003). Sushi, técnica y sabor. Editorial Naturart, España.
- Diario de Negocios “Dinero”, (2 abril de 2007). Periódico Hoy, Artículo: Adictos a la golosina japonesa.
- Enciclopedia Barsa (1998). Tomo IX, Buenos Aires.
- Enciclopedia del conocimiento (2003). Tomo 1, Geografía, Colombia, Edit. España.
- Haeussler P (1997). Matemáticas para Administración y Economía, Edit. Prentice Hall, México.
- James C. Van Horne (2005). Administración Financiera. Décima Primera Edición. México – México.
- Jany J. (2005). Investigación Integral de Mercados. Tercera Edición, Mc Graw Hil. Colombia – Bogota.
- Kotler, Armstrong (2001). Marketing, edición adaptada a Latino América. Octava Edición. Prentice May. México – México.
- Molina A, Contabilidad de Costos, Quito, Edit. Universidad Central
- Revista Gestión, (Agosto 2007) N°. 158, Artículo: Turismo destinos y rutas de una industria con potencial.
- Sapag CH. (2003). Preparación y Evaluación de Proyectos, IV Edición, México, Edit. Mc Graw Hill
- www.arteSushi.com
- www.wikipedia.com
- www.zonagourmet.com

ANEXO # 1
IMAGENES

IMAGEN N° 1



Microsoft © Encarta © 2008 (Mapa de Japón)

IMAGEN N° 2

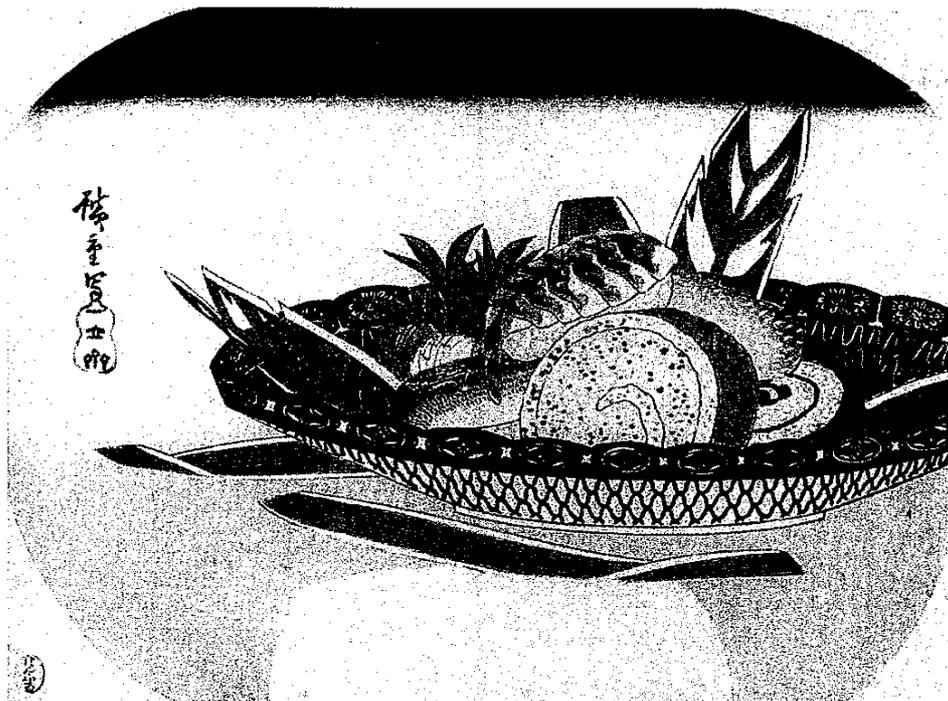
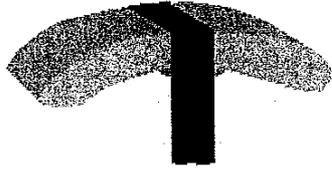


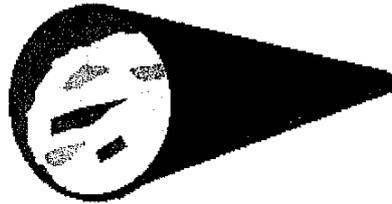
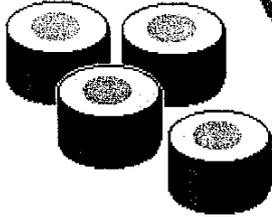
Imagen Histórica del Sushi y su presentación.

IMAGEN N° 3



Nigirizushi

Makizushi



Temakizushi

Variedades de sushi.

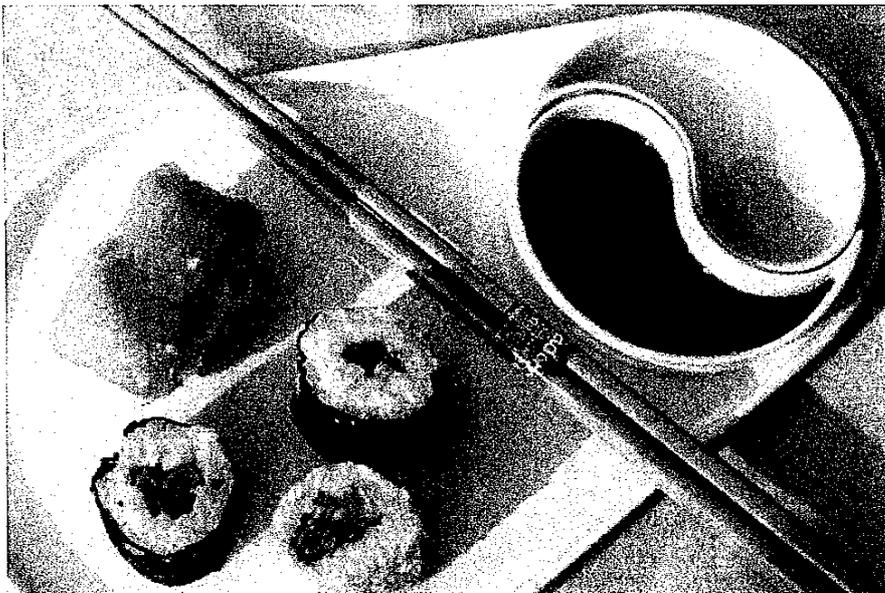
ANEXO # 2
FOTOGRAFIAS

FOTOGRAFIA N° 1



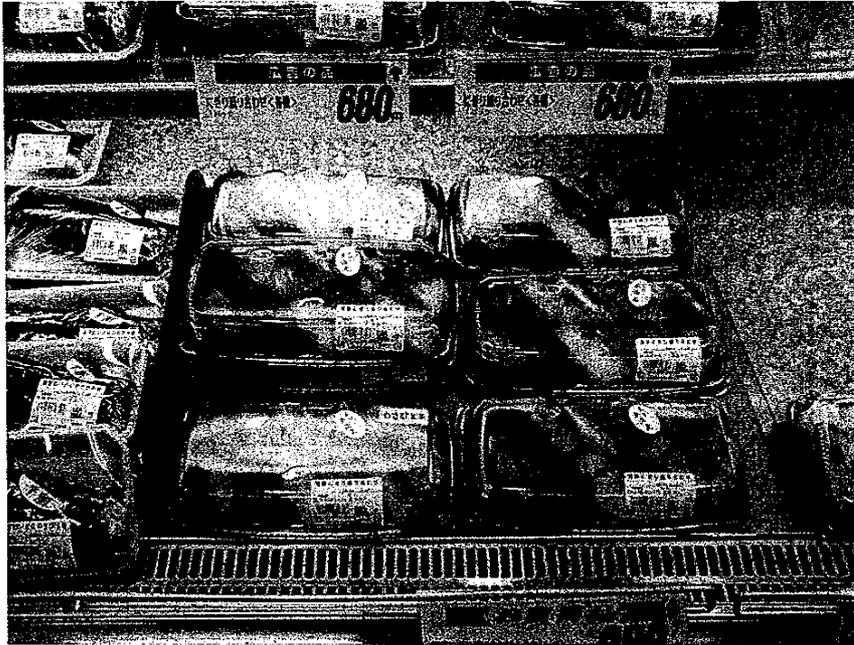
El distrito empresarial de Shinjuku en Tokio

FOTOGRAFIA N° 2



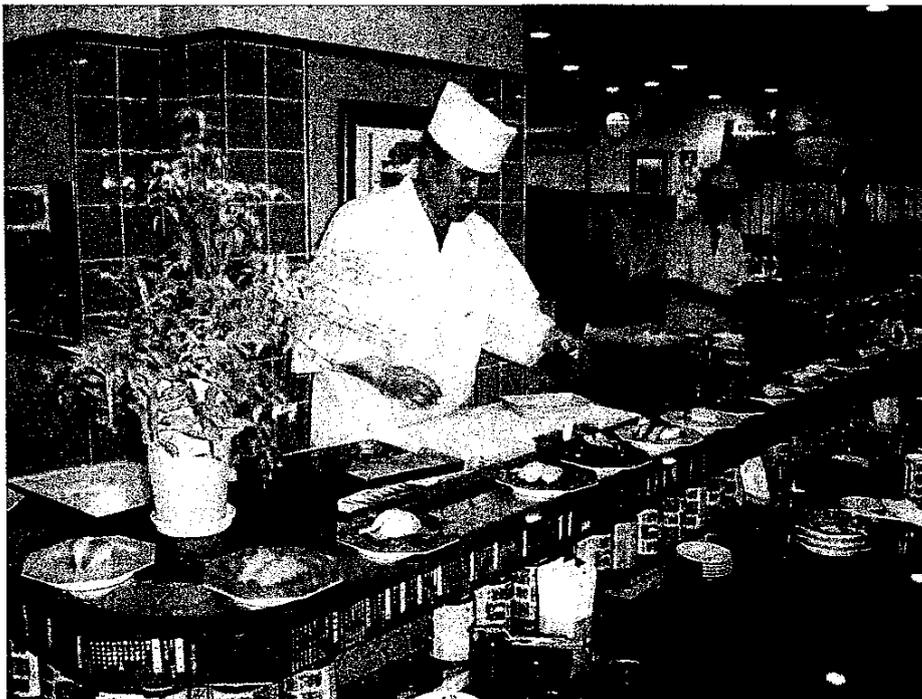
Elementos básicos para comer el sushi.

FOTOGRAFIA N° 3



Sushi empaquetado para llevar

FOTOGRAFIA N° 4



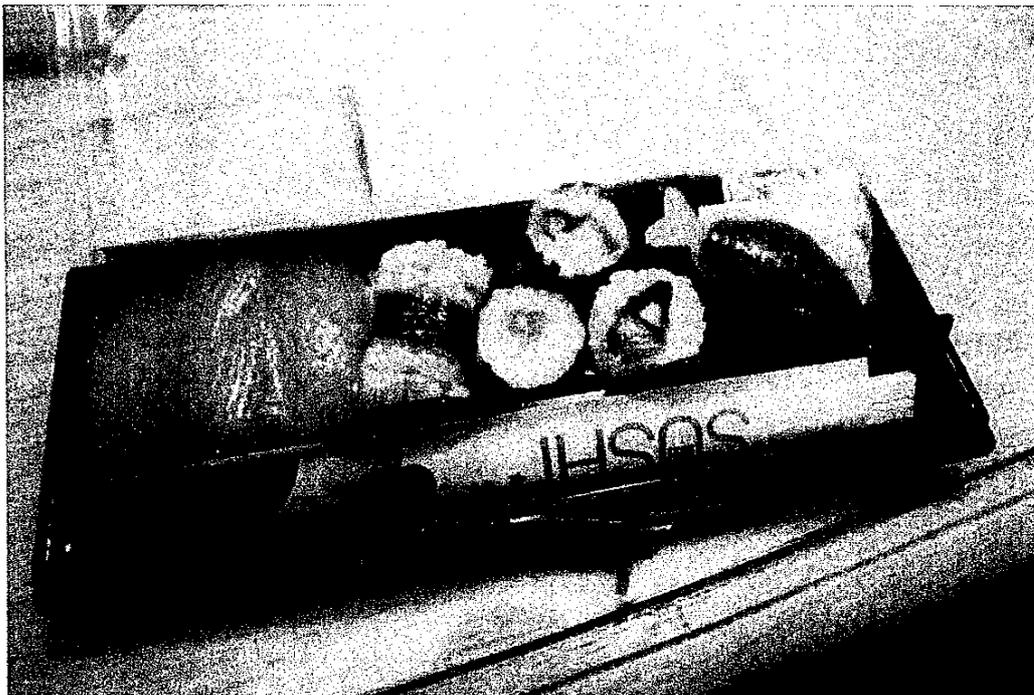
Barra de sushi con cinta transportadora. Osaka, Japón

FOTOGRAFIA N° 5



Sushi empacado para llevar

FOTOGRAFIA N° 6

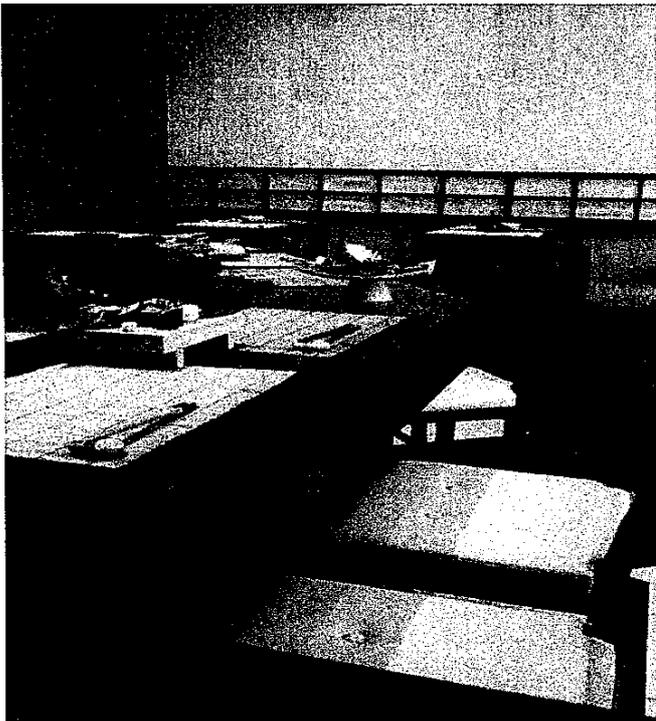


FOTOGRAFIA N° 7



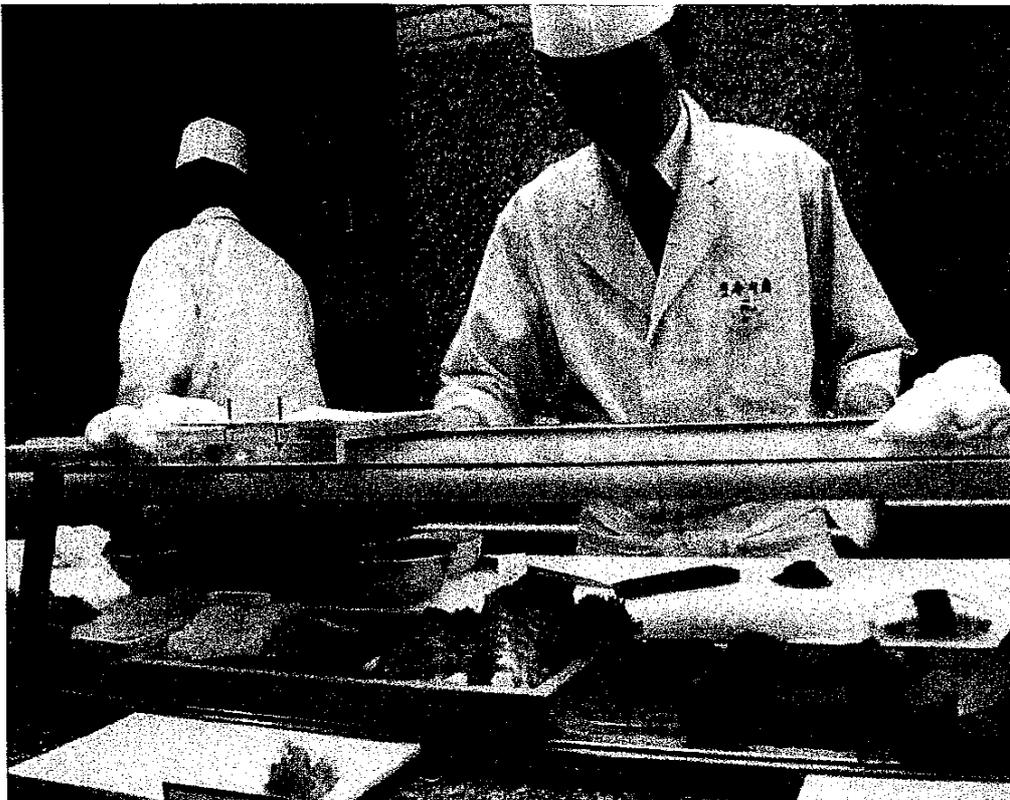
Variedad de rollos de sushi servidos a la mesa

FOTOGRAFIA N° 8



Variedad de rollos de sushi servidos en la barra

FOTOGRAFIA N° 9



FOTOGRAFIA N° 10



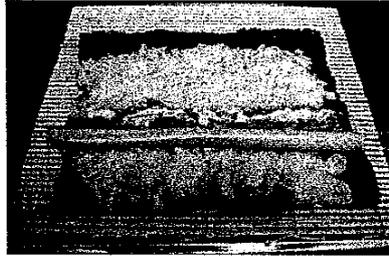
FOTOGRAFIA N° 11

Procedimiento Básico para la elaboración de rollos de sushi paso a paso

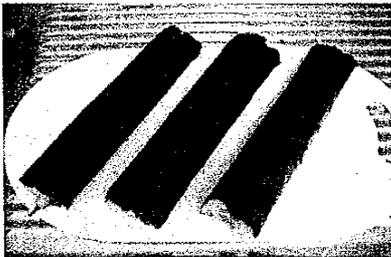
Paso # 1



Paso # 2



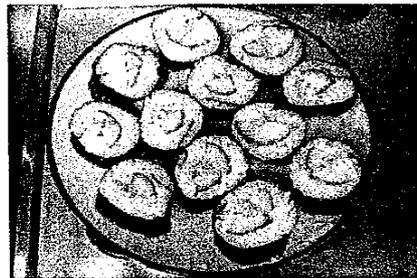
Paso # 3



Paso # 4



Paso # 5



ANEXO # 3
INGREDIENTES

SUSHI en casa



Nunca fue tan fácil
hacer Sushi.

ICHIBAN
introduce toda la línea
de productos para que
empieces esta aventura
culinaria



Arroz japonés

Salsa de soya



Sake licor de arroz



Algas Nori

Vinagre de arroz marinado



Jengibre encurtido



Esterillas de bamboo



Wasabi

Palitos de bamboo



Distribuidores exclusivos de

JFC INTERNATIONAL INC



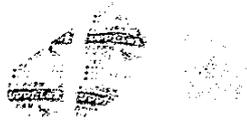
Daikon



Jengibre en conserva



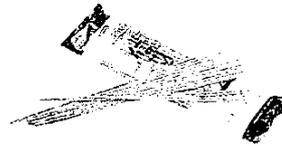
Shichimi Togarashi



Dashi



Vinagre de arroz



Tallarines Soba



Pasta de judías picante



Sake



Salsa de soja (japonesa)



Mirin



Sansho



Tofu



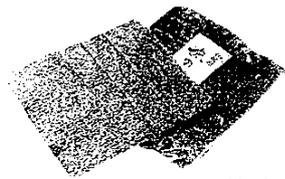
Miso



Condimento de sésamo y algas



Salsa Tonkatsu



Nori



Semillas de sésamo



Wasabi

ANEXO # 4
RECETAS



AMANTES DEL SALMÓN

De salmón y cubierto por fuera con caviar de salmón

LANGOSTINO TEMPURA

Langostino, queso crema, masago, espárragos, mayonesa picante y envuelto en masa tempura

ROLLO SUIZO

Kanikama, queso crema, langostino, salmón, aguacate y tobico

CANGREJO DE PIEL SUAVE

Cangrejo, espárragos, cebollín y mayonesa picante

ICHIVAN

Kanikama, salmón, queso crema, masago, tomago, mayonesa normal

TOMO DACHI

Anguila, kanikama tempura, queso crema, aguacate, panko y salsa de anguila

QUITO ROLL

Kanikama, concha canadiense, mayonesa normal y masago

| | |
|----------------------------------------|-------------------------|
| FECHA: | RESPONSABLE: |
| NOMBRE DEL PLATO: R. ANANTES DE SALTON | CODIGO: 812 8.95 - 2.34 |
| TIPO DE PLATO: | ORIGEN: |
| TIEMPO DE PREPARACION: | GRADO DE DIFICULTAD |
| NUMERO DE PAX X 10 | ALTO MEDIO BAJO |

| INGREDIENTES | CANTIDAD | UNIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | MICE EN PLACE |
|------------------|----------|--------|--------------------|-------------|---------------|
| Arroz Japones | 1 | K | Arroz cocido | | |
| Sushi Nori | 5 | hojas | Cortado a la mitad | | |
| Wasabi | 50 | gr. | | | |
| Gengibre | 150 | gr. | | | |
| Salsa Soya | 10 | 0.34 | | | |
| Salmon | 1 | K. | | | |
| Caular de Salmon | 200 | gr | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |



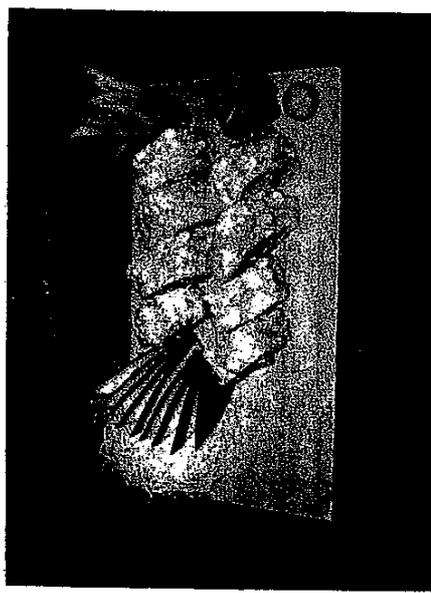
PROCEJIMIENTO:

Arroz Crudo 500 g x 10 Pax

ok

| | | | |
|-----------------------------------------|---------------------|-------|------|
| FECHA: | RESPONSABLE: | | |
| NOMBRE DEL PLATO: R. LANGOSTINO TEMPURA | CODIGO: 815 | 8.95 | 718 |
| TIPO DE PLATO: | ORIGEN: | | |
| TIEMPO DE PREPARACION: | GRADO DE DIFICULTAD | | |
| NUMERO DE PAX X 10 | ALTO | MEDIO | BAJO |

| INGREDIENTES | CANTIDAD | UNIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | MICE EN PLACE |
|------------------|----------|------------------|-------------------|-------------|---------------|
| Arroz Japones | ✓ 1 | kg | Arroz lavado | | |
| Sushi Nori | ✓ 5 | hojas | Cortado ala mitad | | |
| Wasabi | ✓ 50 | gr. | | | |
| Gengibre | ✓ 150 | gr. | | | |
| Salsa Soya | 10 | Oz. | | | |
| Langostino | 300 | gr. (10 und) | | | |
| Queso Crema | 50 | gr. | | | |
| Mayonesa Picante | 100 | gr. | | | |
| Masa | 50 | gr. | | | |
| Española | 10 | Unidades (150gr) | | | |
| Masa Tempura | 10 | Omg. | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |



PROCECIMIENTO:

| | | |
|-------------|-------|----------|
| Arroz Cuido | 500 g | X 10 Pax |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

swissôtel QUITO

2024

| | | | |
|-----------------------------------|---------------------|-------|--------|
| FECHA: | RESPONSABLE: | | |
| NOMBRE DEL PLATO: R - Rollo SuiZO | CODIGO: 816 | 6.15. | J. ABR |
| TIPO DE PLATO: | ORIGEN: | | |
| TIEMPO DE PREPARACION: | GRADO DE DIFICULTAD | | |
| NUMERO DE PAX X 10 | ALTO | MEDIO | BAJO |

| INGREDIENTES | CANTIDAD | UNIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | MICE EN PLACE |
|---------------|----------|--------|-------------------|-------------|---------------|
| Arroz Japones | 1 | K | Arroz Cocido | | |
| Sushi Nori | 5 | hojas | Cortado ala mitad | | |
| Wasabi | 50 | gr. | | | |
| Gengibre | 150 | gr. | | | |
| Salsa Soya | 10 | Oz. | | | |
| Kanvicama | 150 | gr. | | | |
| Queso Crema | 50 | gr | | | |
| langostino | 200 | gr | | | |
| Salmon | 200 | gr | | | |
| Aguacate | 300 | gr | | | |
| Tobiko | 50 | gr | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

R O L L O

PROCEIMIENTO:

| | | |
|-------------|-------|----------|
| Arroz Crudo | 500 g | x 10 Pax |
| | | |
| | | |
| | | |

| | | | |
|---------------------------------------------|---------------------|-------|------------------------|
| FECHA: | RESPONSABLE: | | |
| NOMBRE DEL PLATO: R. CONGRESO DE PIEL SUAVE | CODIGO: 817 | 10,95 | 9,95 - 3.21 |
| TIPO DE PLATO: | ORIGEN: | | |
| TIEMPO DE PREPARACION: | GRADO DE DIFICULTAD | | |
| NUMERO DE PAX X 10 | ALTO | MEDIO | BAJO |

| INGREDIENTES | CANTIDAD | UNIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | MICE EN PLACE |
|----------------------|----------|----------------|-------------------|-------------|---------------|
| Arroz Japones | 1 | K | Arroz Cocido | | |
| Sushi Nori | 5 | hojas | Cortado ala mitad | | |
| Wasabi | 50 | gr. | | | |
| Gengibre | 150 | gr. | | | |
| Salsa Soya | 10 | Oz. | | | |
| Lechuga | 50 | gr. | | | |
| Esparrago | 10 | Unidad (150g). | | | |
| Mayonesa Picante | 100 | gr | | | |
| Cebollin | 25 | gr. | | | |
| Congreso de P.Suave. | 10 | Unidades | 7 | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

R
O
L
L
O

PROCECIMENTO:

| | | |
|------------|-------|----------|
| Arroz Gudo | 500 g | X 10 Pax |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

| | | | |
|-------------------------------|---------------------|-------|-------|
| FECHA: | RESPONSABLE: | | |
| NOMBRE DEL PLATO: R. ICHIVAN. | CODIGO: 832 | 6.95 | #/146 |
| TIPO DE PLATO: | ORIGEN: | | |
| TIEMPO DE PREPARACION: | GRADO DE DIFICULTAD | | |
| NUMERO DE PAX X 10 | ALTO | MEDIO | BAJO |

| INGREDIENTES | CANTIDAD | UNIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | MICE EN PLAZO |
|-----------------|----------|--------|---------------------|-------------|---------------|
| Arroz Japones | 1 | K. | Arroz Cocido | | |
| Sushi Nori | 5 | hojas | Cortado a la mitad. | | |
| Wasabi | 50 | gr. | | | |
| Gengibre | 150 | gr. | 300 x 4 = 1200 | | |
| Salsa Soya | 40 | Ong. | | | |
| Canicama | 350 | gr. | 1 piece 16.66 | | |
| Salmon | 250 | gr. | | | |
| Mayonesa normal | 100 | gr. | | | |
| masago | 50 | gr. | | | |
| Queso crema | 50 | gr. | | | |
| Tamago | 225 | gr. | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

R O L L O

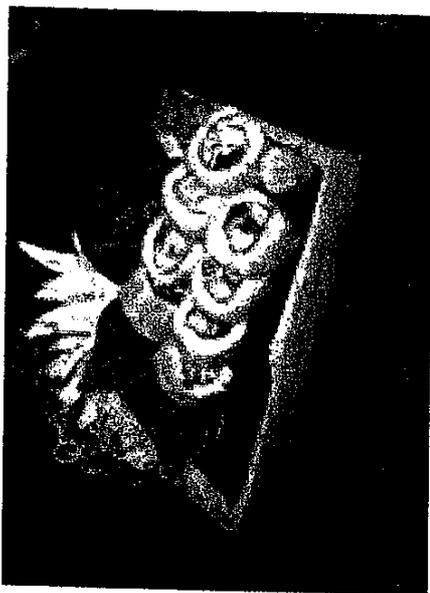
PROCECIMENTO:

| | | |
|-------------|-------|----------|
| Arroz Crudo | 500 g | x 10 Pax |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

| | |
|----------------------------------|---------------------|
| FECHA: | RESPONSABLE: |
| NOMBRE DEL PLATO: K. TOTTO DACHI | CODIGO: 836 |
| TIPO DE PLATO: | ORIGEN: |
| TIEMPO DE PREPARACION: | GRADO DE DIFICULTAD |
| NUMERO DE PAX X 10 | ALTO MEDIO BAJO |

7.95 . 1.12

| INGREDIENTES | CANTIDAD | UNIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | MICE EN PLACE |
|------------------|----------|--------|-------------------|-------------|---------------|
| Arroz Japones | 1 | K. | Arroz Cocido | | |
| Sushi Nori | 5 | hojas | Cortado ala mitad | | |
| Wasabi | 50 | gr. | | | |
| Gengibre | 150 | gr. | | | |
| Salsa Soya | 10 | Ong. | | | |
| Salsa de anguila | 10 | Ong. | | | |
| Queso crema | 50 | gr. | | | |
| Aguaate | 250 | gr. | | | |
| Anguila | 200 | gr. | | | |
| Kanicama tempura | 150 | gr. | | | |
| Pañko | 100 | gr. | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |



PROCEIMIENTO:

| | | |
|-------------|--------|----------|
| Arroz Crudo | 500 gr | X 10 Pax |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

swissôtel QUITO



| | |
|----------------------------------|-----------------------|
| FECHA: | RESPONSABLE: |
| NOMBRE DEL PLATO: R. QUITO ROLL. | CODIGO: 246 6.50 1490 |
| TIPO DE PLATO: | ORIGEN: |
| TIEMPO DE PREPARACION: | GRADO DE DIFICULTAD |
| NUMERO DE PAX X 10 | ALTO MEDIO BAJO |

| INGREDIENTES | CANTIDAD | UNIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | MICE EN PLACE |
|-------------------|----------|--------|--------------------|-------------|---------------|
| Arroz Japones | 1 | K | Aroz Cocido | | |
| Sushi Nori | 5 | hojas | Cortado a la mitad | | |
| Wasabi | 50 | gr. | | | |
| Gengibre | 150 | gr. | | | |
| Salsa Soya | 10 | Org. | | | |
| Kanikama | 300 | gr. | | | |
| Concha Canadiense | 100 | gr. | | | |
| Mayonesa Normal | 100 | gr. | | | |
| Masago | 50 | gr | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |



PROCEIMIENTO:

| |
|----------------------------|
| Arroz Crudo 500 g x 10 Pax |
| |
| |
| |
| |
| |

**ANEXO # 5
ENCUESTAS**

NUMERO: EF

1. EDAD:

15-25 () 26-35 () 36-45 (x) 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. GENERO: Masculino () Femenino (x)

3. NACIONALIDAD: ECUATORIANA

4. MOTIVO DEL VIAJE?

Negocio () Turismo (x) Educación () Otros () _____

5. ES USTED VIAJERO FRECUENTE DEL AEROPUERTO INT. MARISCAL SUCRE?

SI () NO (x)

6. HA PROBADO EL SUSHI?: SI (x) NO ()

7. LE GUSTA EL SUSHI?: SI (x) NO ()

POR QUÉ? _____

8. CON QUE FRECUENCIA LO CONSUME?:

- ó 3 veces por semana ()
- 1 vez a la semana ()
- 1 vez cada 15 días ()
- 1 vez al mes (x)
- 1 vez cada 3 meses ()

9. DE LAS VARIEDADES DE ROLLOS QUE EXISTEN, USTED PREFERIRÍA LOS QUE CONTENGAN:

- cangrejo ()
- salmón (x)
- langostino (x)
- atún ()
- anguila (x)
- aguacate ()
- queso crema ()
- otros () _____

6/26
NUMERO: 26

1. EDAD:

15-25 () 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56-65 () más de 65 (✓)

2. GENERO: Masculino (✓) Femenino ()

3. NACIONALIDAD: Boliviano

4. MOTIVO DEL VIAJE?

Negocio () Turismo (✓) Educación () Otros () _____

5. ES USTED VIAJERO FRECUENTE DEL AEROPUERTO INT. MARISCAL SUCRE?

SI (✓) NO ()

6. HA PROBADO EL SUSHI?: SI (✓) NO ()

7. LE GUSTA EL SUSHI?: SI () NO (✓)

POR QUÉ? _____

8. CON QUE FRECUENCIA LO CONSUME?:

- ó 3 veces por semana ()
- 1 vez a la semana ()
- 1 vez cada 15 días ()
- 1 vez al mes ()
- 1 vez cada 3 meses (✓)

9. DE LAS VARIIDADES DE ROLLOS QUE EXISTEN, USTED PREFERIRÍA LOS QUE CONTENGAN:

- cangrejo ()
- salmón ()
- langostino ()
- atún ()
- anguila ()
- aguacate ()
- queso crema ()
- otros () _____

NUMERO: E/25

1. EDAD:

15-25 () 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. GENERO: Masculino () Femenino ()

3. NACIONALIDAD: Colombiana

4. MOTIVO DEL VIAJE?

Negocio () Turismo () Educación () Otros () _____

5. ES USTED VIAJERO FRECUENTE DEL AEROPUERTO INT. MARISCAL SUCRE?

SI () NO ()

6. HA PROBADO EL SUSHI?: SI () NO ()

7. LE GUSTA EL SUSHI?: SI () NO ()

POR QUÉ? Ricó Sano

8. CON QUE FRECUENCIA LO CONSUME?:

- ó 3 veces por semana ()
- 1 vez a la semana ()
- 1 vez cada 15 días ()
- 1 vez al mes ()
- 1 vez cada 3 meses ()

9. DE LAS VARIEDADES DE ROLLOS QUE EXISTEN, USTED PREFERIRÍA LOS QUE CONTENGAN:

- cangrejo ()
- salmón ()
- langostino ()
- atún ()
- anguila ()
- aguacate ()
- queso crema ()
- otros () _____

NUMERO: 42

1. EDAD:

15-25 (X) 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. GENERO: Masculino () Femenino (X)

3. NACIONALIDAD: Ecuatoriana

4. MOTIVO DEL VIAJE?

Negocio () Turismo () Educación () Otros (X) _____

5. ES USTED VIAJERO FRECUENTE DEL AEROPUERTO INT. MARISCAL SUCRE?

SI (X) NO ()

6. HA PROBADO EL SUSHI?: SI (X) NO ()

7. LE GUSTA EL SUSHI?: SI () NO (X)

POR QUÉ? _____

8. CON QUE FRECUENCIA LO CONSUME?:

- ó 3 veces por semana ()
- 1 vez a la semana ()
- 1 vez cada 15 días ()
- 1 vez al mes ()
- 1 vez cada 3 meses (X)

9. DE LAS VARIEDADES DE ROLLOS QUE EXISTEN, USTED PREFERIRÍA LÓS QUE CONTENGAN:

- cangrejo (X)
- salmón (X)
- langostino ()
- atún ()
- anguila ()
- aguacate (X)
- queso crema (X)
- otros () _____

NUMERO: E/6

1. EDAD:

15-25 () 26-35 36-45 () 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. GENERO: Masculino Femenino ()

3. NACIONALIDAD: E Q

4. MOTIVO DEL VIAJE?

Negocio () Turismo Educación () Otros () _____

5. ES USTED VIAJERO FRECUENTE DEL AEROPUERTO INT. MARISCAL SUCRE?

SI NO ()

6. HA PROBADO EL SUSHI?: SI NO ()

7. LE GUSTA EL SUSHI?: SI NO ()

POR QUÉ? es diferente

8. CON QUE FRECUENCIA LO CONSUME?:

- ó 3 veces por semana ()
- 1 vez a la semana ()
- 1 vez cada 15 días ()
- 1 vez al mes ()
- 1 vez cada 3 meses

9. DE LAS VARIEDADES DE ROLLOS QUE EXISTEN, USTED PREFERIRÍA LOS QUE CONTENGAN:

- cangrejo
- salmón ()
- langostino ()
- atún ()
- anguila ()
- aguacate ()
- queso crema ()
- otros () camorón

NUMBER: 2/4

1. AGE:

15-25 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. SEX: Male () Female

3. NACIONALITY USA

4. WHAT ARE THE REASONS FOR THE TRIP?

Business () Turism () Education Others () _____

5. ARE YOU A FRECUENT PASSANGER IN THIS AIRPORT?

Yes () No

6. HAVE YOU EVER TRIED SUSHI BEFORE?: Yes No ()

7. DO YOU LIKE SUSHI?: Yes No ()

WHY? _____

8. HOW OFTEN DO YOU EAT SUSHI?:

- 3 times a week ()
- Once a week ()
- Once every 15 days ()
- Once a month ()
- Once every 3 months

9. FROM THE FOLLOWING INGREDIENTS CHOICES, WICH ONE WOULD YOU PREFER TO EAT?:

- Crab
- salmon ()
- loabster ()
- tuna ()
- anguila ()
- avocado
- cream cheese
- others () _____

NUMBER: 15

1. AGE:

15-25 () 26-35 () 36-45 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. SEX: Male Female ()

3. NACIONALITY JAPAN

4. WHAT ARE THE REASONS FOR THE TRIP?

Business Turism () Education () Others () _____

5. ARE YOU A FRECUENT PASSANGER IN THIS AIRPORT?

Yes () No

6. HAVE YOU EVER TRIED SUSHI BEFORE?: Yes No

7. DO YOU LIKE SUSHI?: Yes No ()

WHY? _____

8. HOW OFTEN DO YOU EAT SUSHI?:

- 3 times a week ()
- Once a week
- Once every 15 days ()
- Once a month ()
- Once every 3 months ()

9. FROM THE FOLLOWING INGREDIENTS CHOICES, WICH ONE WOULD YOU PREFER TO EAT?:

- Crab
- salmon
- loabster
- tuna
- anguila ()
- avocado ()
- cream cheese ()
- others () _____

NUMBER: 1/6

1. AGE:

15-25 () 26-35 () 36-45 (X) 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. SEX: Male (X) Female ()

3. NACIONALITY AMERICAN

4. WHAT ARE THE REASONS FOR THE TRIP?

Business (X) Turism () Education () Others () _____

5. ARE YOU A FRECUENT PASSANGER IN THIS AIRPORT?

Yes (X) No ()

6. HAVE YOU EVER TRIED SUSHI BEFORE?: Yes (X) No ()

7. DO YOU LIKE SUSHI?: Yes (X) No ()

WHY? _____

8. HOW OFTEN DO YOU EAT SUSHI?:

- 3 times a week ()
- Once a week ()
- Once every 15 days (X)
- Once a month ()
- Once every 3 months ()

9. FROM THE FOLLOWING INGREDIENTS CHOICES, WICH ONE WOULD YOU PREFER TO EAT?:

- Crab ()
- salmon (X)
- loabster (X)
- tuna ()
- anguila (X)
- avocado ()
- cream cheese ()
- others () _____

NUMBER: 2/8

1. AGE:

15-25 () 26-35 (X) 36-45 () 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. SEX: Male (X) Female ()

3. NACIONALITY CANADIENSE

4. WHAT ARE THE REASONS FOR THE TRIP?

Business () Turism (X) Education () Others () _____

5. ARE YOU A FRECUENT PASSANGER IN THIS AIRPORT?

Yes () No (X)

6. HAVE YOU EVER TRIED SUSHI BEFORE?: Yes (X) No ()

7. DO YOU LIKE SUSHI?: Yes (X) No ()

WHY? _____

8. HOW OFTEN DO YOU EAT SUSHI?:

- 3 times a week ()
- Once a week ()
- Once every 15 days ()
- Once a month (X)
- Once every 3 months ()

9. FROM THE FOLLOWING INGREDIENTS CHOICES, WICH ONE WOULD YOU PREFER TO EAT?:

- Crab (X)
- salmon ()
- loabster ()
- tuna (X)
- anguila ()
- avocado ()
- cream cheese (X)
- others () _____

NUMBER: 4/38

1. AGE:

15-25 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56-65 () más de 65 ()

2. SEX:

Male Female ()

3. NACIONALITY

EW

4. WHAT ARE THE REASONS FOR THE TRIP?

Business () Turism Education Others () _____

5. ARE YOU A FRECUENT PASSANGER IN THIS AIRPORT?

Yes () No

6. HAVE YOU EVER TRIED SUSHI BEFORE?:

Yes No ()

7. DO YOU LIKE SUSHI?:

Yes No ()

WHY? _____

8. HOW OFTEN DO YOU EAT SUSHI?:

- 3 times a week ()
- Once a week ()
- Once every 15 days ()
- Once a month
- Once every 3 months ()

9. FROM THE FOLLOWING INGREDIENTS CHOICES, WICH ONE WOULD YOU PREFER TO EAT?:

- Crab ()
- salmon ()
- loabster ()
- tuna ()
- anguila ()
- avocado
- cream cheese ()
- others () _____

ANEXO # 6
INFORMACION QUIPORT

3.2 PASSENGERS STATISTICS COMPARISON: DEPARTING

MARSHALL SUDBURY INTERNATIONAL AIRPORT
DEPARTING PASSENGERS STATISTICS
COMPARISON 2003/2004/2005/2006/2007

| DEPARTING 2003 | PASSENGER | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | 48,243 | 45,036 | 51,304 | 43,437 | 47,128 | 44,446 | 59,839 | 66,614 | 45,507 | 39,566 | 40,387 | 47,630 | 671,656 |
| DOMESTIC | 59,827 | 56,271 | 58,331 | 61,951 | 64,617 | 64,288 | 74,700 | 71,555 | 63,966 | 66,947 | 72,325 | 66,603 | 786,041 |
| Total 2003 | 108,070 | 101,307 | 109,635 | 105,388 | 111,745 | 108,734 | 134,539 | 138,169 | 109,473 | 106,513 | 112,712 | 113,133 | 1,367,596 |

| DEPARTING 2004 | PASSENGER | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | 45,750 | 40,464 | 45,933 | 44,601 | 47,223 | 44,051 | 59,071 | 70,957 | 53,478 | 47,302 | 45,509 | 48,631 | 683,669 |
| DOMESTIC | 62,807 | 63,718 | 74,614 | 71,080 | 71,127 | 74,485 | 84,319 | 83,805 | 75,763 | 79,413 | 79,648 | 87,343 | 904,922 |
| Total 2004 | 108,557 | 104,182 | 120,547 | 115,681 | 112,850 | 118,536 | 142,390 | 154,762 | 129,241 | 126,716 | 122,157 | 133,073 | 1,488,491 |

| VARIATION 2004-2003 | INTERNATIONAL | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|---------------------|---------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | -7.1% | -10.2% | -10.5% | 2.7% | -11.5% | -0.9% | -3.0% | 6.5% | 17.5% | 21.1% | 15.0% | 13.2% | 2.1% |
| DOMESTIC | 5.0% | 13.2% | 27.9% | 14.7% | 10.1% | 15.9% | 12.8% | 16.8% | 18.4% | 11.4% | 14.5% | 20.8% | 15.1% |
| TOTAL | -0.5% | 2.8% | 10.0% | 9.8% | 1.0% | 9.0% | 5.8% | 11.9% | 18.1% | 14.9% | 14.7% | 18.1% | 9.6% |

| DEPARTING 2005 | PASSENGER | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | 54,337 | 45,865 | 55,773 | 46,253 | 47,220 | 47,991 | 69,004 | 80,364 | 55,888 | 49,598 | 48,489 | 53,929 | 647,144 |
| DOMESTIC | 76,933 | 73,729 | 87,950 | 77,360 | 81,288 | 87,784 | 98,803 | 92,102 | 84,466 | 88,245 | 88,987 | 97,813 | 1,055,449 |
| Total 2005 | 131,270 | 119,594 | 143,723 | 123,613 | 128,508 | 135,775 | 167,807 | 172,466 | 140,352 | 137,843 | 135,331 | 146,302 | 1,682,582 |

| VARIATION 2005-2004 | INTERNATIONAL | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|---------------------|---------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | 18.8% | 13.3% | 21.4% | 3.7% | 13.2% | 8.9% | 18.8% | 13.3% | 4.5% | 4.9% | 1.9% | 6.0% | 10.9% |
| DOMESTIC | 22.5% | 15.7% | 17.9% | 8.8% | 14.3% | 17.9% | 17.2% | 10.2% | 11.5% | 11.1% | 16.1% | 12.0% | 14.4% |
| TOTAL | 20.8% | 14.8% | 19.2% | 6.9% | 13.9% | 14.5% | 17.9% | 11.6% | 8.6% | 8.8% | 10.8% | 9.9% | 13.0% |

| DEPARTING 2006 | PASSENGER | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | 55,764 | 47,021 | 56,571 | 55,264 | 50,684 | 50,987 | 68,792 | 79,110 | 62,017 | 52,910 | 51,418 | 53,904 | 684,442 |
| DOMESTIC | 91,505 | 88,656 | 101,741 | 100,766 | 103,271 | 98,938 | 116,853 | 117,692 | 104,300 | 103,083 | 106,488 | 116,291 | 1,249,666 |
| Total 2006 | 147,269 | 135,677 | 158,312 | 156,030 | 153,955 | 149,926 | 185,645 | 196,802 | 166,317 | 155,993 | 157,906 | 170,195 | 1,934,027 |

| VARIATION 2006-2005 | INTERNATIONAL | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|---------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | 2.6% | 2.5% | 1.4% | 16.5% | 7.3% | 6.2% | -0.3% | -1.6% | 11.0% | 6.7% | 10.9% | 11.2% | 5.9% |
| DOMESTIC | 18.9% | 20.2% | 15.7% | 30.3% | 27.0% | 12.7% | 18.3% | 27.8% | 23.5% | 16.8% | 19.7% | 18.9% | 20.7% |
| TOTAL | 12.2% | 13.4% | 10.2% | 26.2% | 19.8% | 10.4% | 10.6% | 14.1% | 18.5% | 13.2% | 16.7% | 16.3% | 14.9% |

| DEPARTING 2007 | PASSENGER | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | 59,781 | 52,241 | 62,785 | 59,968 | 55,805 | 60,129 | 79,837 | 86,357 | 66,972 | 59,802 | 59,802 | 64,528 | 646,277 |
| DOMESTIC | 102,601 | 97,958 | 114,934 | 112,125 | 114,631 | 116,312 | 131,277 | 127,992 | 107,201 | 117,330 | 114,236 | 114,236 | 1,142,369 |
| Total 2007 | 162,382 | 150,197 | 177,719 | 172,093 | 170,436 | 176,441 | 211,114 | 214,349 | 174,173 | 177,132 | 174,038 | 178,764 | 1,788,646 |

| VARIATION 2007-2006 | INTERNATIONAL | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|---------------------|---------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | JAN | FEB | MAR | APRIL | MAY | JUN | JULY | AUG | SEP | OCT | NOV | DEC | |
| INTERNATIONAL | 7.2% | 11.1% | 13.0% | 6.7% | 15.6% | 17.9% | 16.1% | 9.2% | 8.0% | 12.6% | 12.6% | 11.4% | 11.4% |
| DOMESTIC | 12.1% | 10.5% | 13.0% | 11.3% | 11.0% | 17.0% | 12.3% | 8.8% | 2.8% | 8.8% | 8.8% | 11.3% | 11.3% |
| TOTAL | 10.3% | 10.7% | 12.3% | 9.7% | 12.5% | 17.7% | 13.7% | 8.0% | 4.7% | 13.4% | 13.4% | 11.3% | 11.3% |



CORPAQ

SEGURIDAD AEROPORTUARIA

11375

AEROPUERTO MARISCAL SUCRE

PERMISO PROVISIONAL DE CIRCULACION

NOMBRE: GIANCARLO RIVERA

CIA: PARTICULAR

FECHA: 12 DIC 07

CADUCA: 14 DIC 07

AREA: SALIDA INTERNACIONAL

DIRECTOR SEGURIDAD AEROPORTUARIA

[Handwritten signature]



CORPAQ

SEGURIDAD AEROPORTUARIA

11376

AEROPUERTO MARISCAL SUCRE

PERMISO PROVISIONAL DE CIRCULACION

NOMBRE: MARTA CASIRO

CIA: PARTICULAR

FECHA: 12 DIC 07

CADUCA: 14 DIC 07 5H00/9H

AREA: SALIDA INTERNACIONAL

DIRECTOR SEGURIDAD AEROPORTUARIA

[Handwritten signature]



SOLICITUD DE LICENCIA DE NEGOCIOS EN EL AEROPUERTO
MARISCAL SUCRE DE QUITO

Fecha de aplicación: _____

Nombre del Solicitante: _____

Representante Legal (en caso de persona jurídica): _____

Natural CI: _____ Jurídica RUC: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ Celular: _____ e-mail: _____

Aplicación para:

LOCAL COMERCIAL: _____

ISLA: _____

Información Para Anexar en la Solicitud de Licencia de Negocios de Espacios.

- ✓ Carta de Presentación e Intención de la persona, empresa o proyecto.
- ✓ Descripción de la línea de productos a comercializar.
- ✓ Catálogo de la mercadería incluyendo fotografías, muestras y costo final.
- ✓ Incluir imagen corporativa y logotipos.
- ✓ En el caso de ser una isla presentar diseño del Stand en dimensiones.

Referencias Comerciales:

1 _____

2 _____

Referencias Bancarias:

1 _____

2 _____

Esta solicitud no implica garantía de obtener la licencia de negocios ya que esta sujeta a aprobación por parte de CORPORACION QUIPORT, reservándose el derecho de admisión.

En caso de que su proyecto sea de interés para la Corporación, nos pondremos en contacto con usted.

FIRMA DEL SOLICITANTE

GERENCIA COMERCIAL QUIPORT S.A.

ANEXO # 7
PUBLICIDAD

東京大学
文学部
国文学科





◎ 三

ANEXO # 8
DISEÑO SUSHI BAR

VITRINAS PARA EXHIBICION DE ROLLOS (SUSHI)

AREA DE ALMACENAMIENTO Y PREPARACION DE ALIMENTOS

INGRESO PUERTA ABATIBLE

VITRINAS PARA EXHIBICION DE ROLLOS (SUSHI)

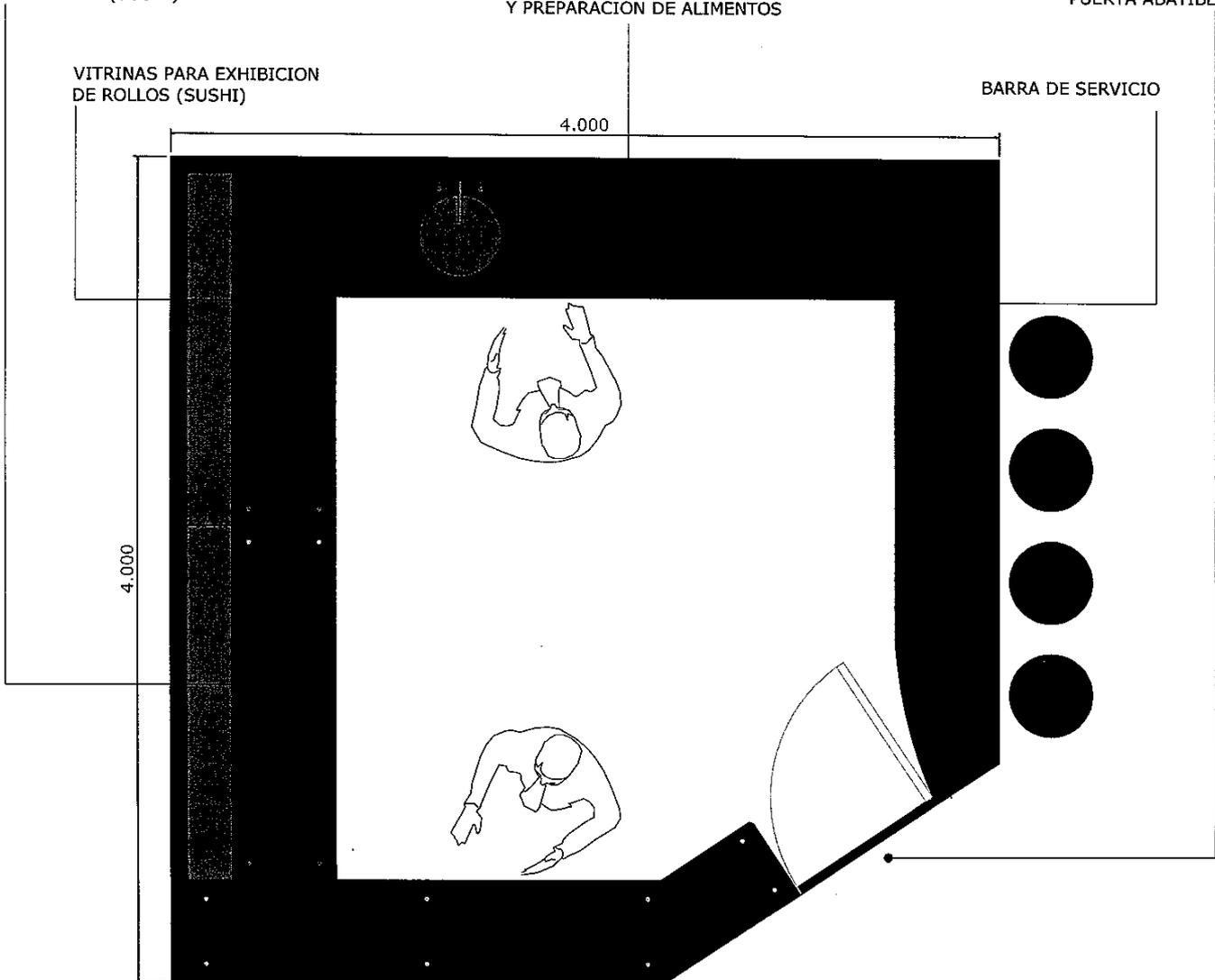
BARRA DE SERVICIO

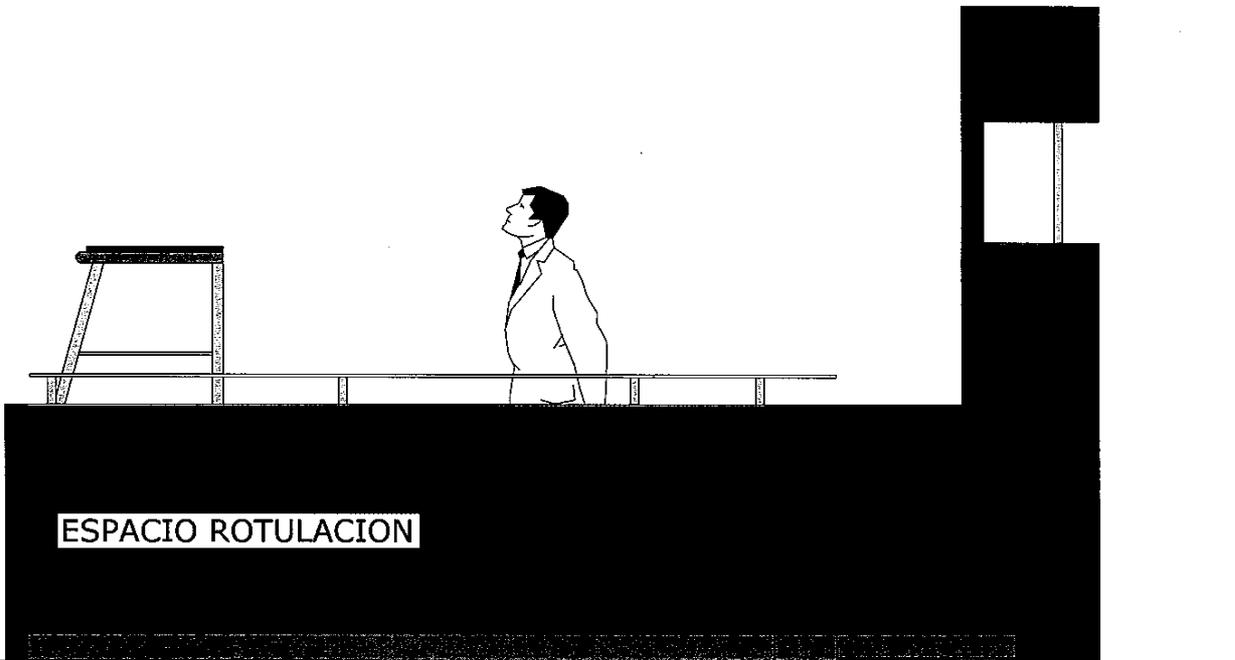
4.000

4.000

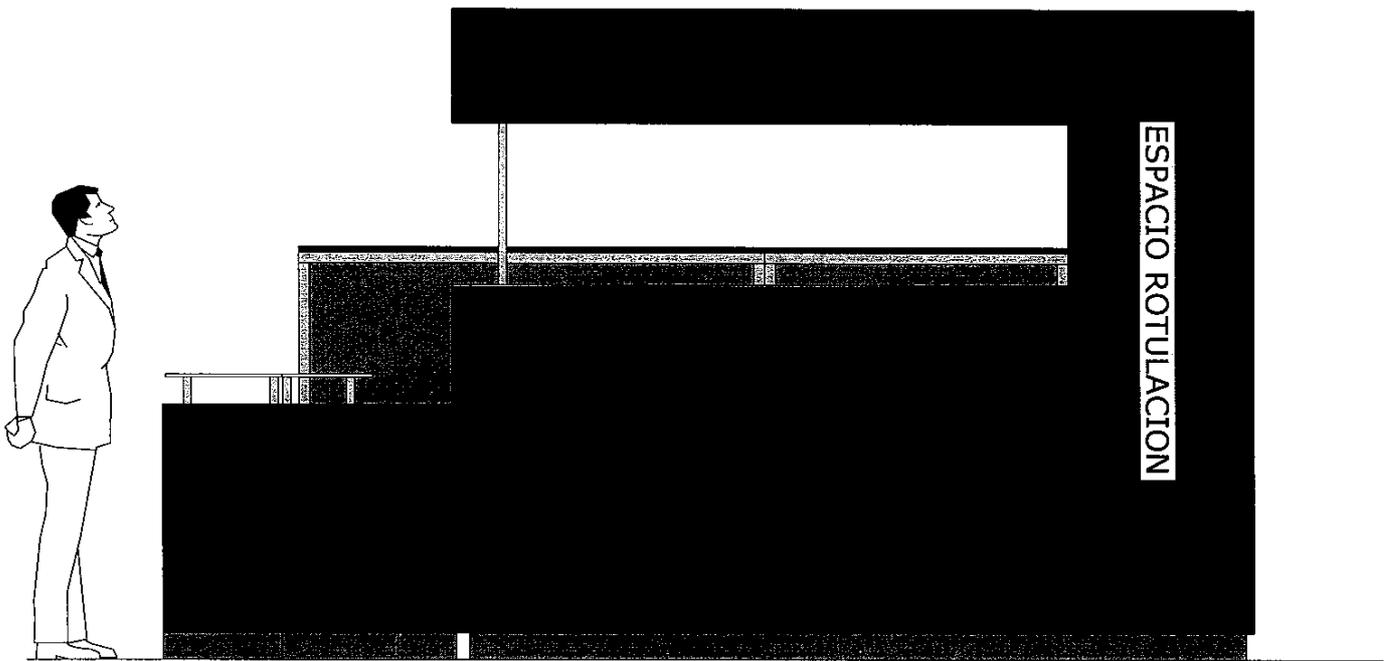
VISTA SUPERIOR

COUNTER / CAJA

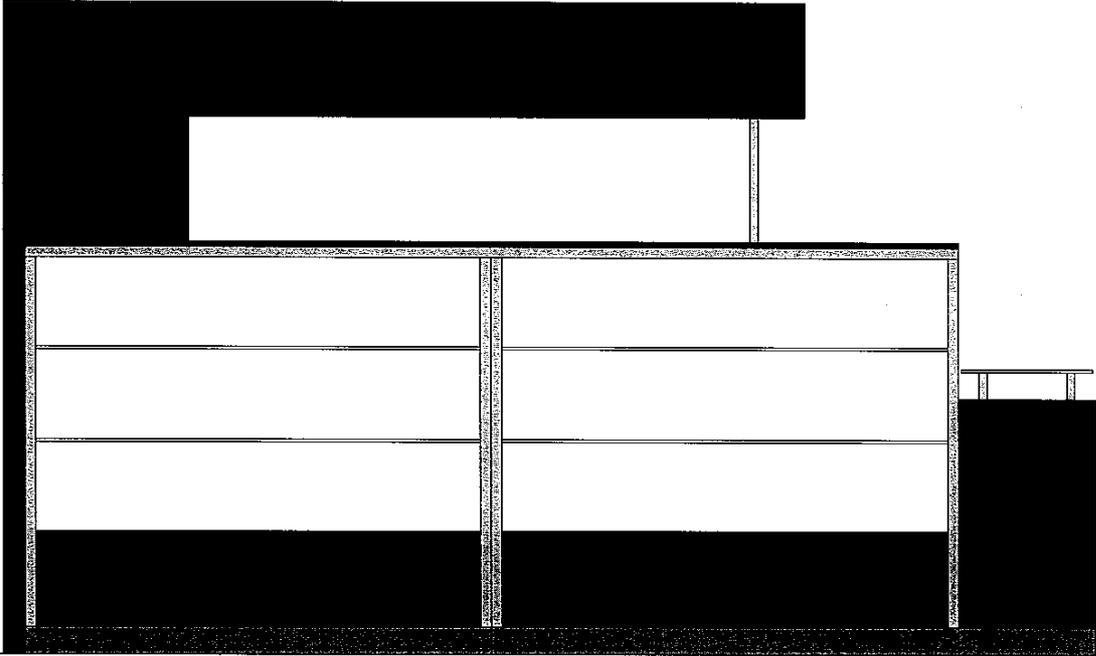




VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL DERECHA



VISTA LATERAL IZQUIERDA

NOMBRE: **SRA. MARIA ALEJANDRA CASTRO**
DIR. ISLA MARCHENA Y GRANADOS
CONJUNTO PORTAL DE ARAGON - 6TO. PISO
E-MAIL. alejandra777@hotmail.com

COTIZACION 1277

FECHA 17-dic-07
TELEFONO 334 0956
MOVIL 096 464 244

| CANT. | DESCRIPCION | V. UNIT | V. TOTAL |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|
| | PROYECTO - ISLA COMERCIAL | | |
| 2 | BASE VITRINA REFRIGERADA (1,60 X 0,80) *INCLUYE SUPERFICIES Y VIDRIOS SUPERIORES | \$ 683,00 | \$ 1.366,00 |
| 1 | MODULO COUNTER-CAJA-DESPACHO (1,45 X 1,40) *INCLUYE AUXILIAR COMPUTADOR | | \$ 880,00 |
| 2 | PANEL SOPORTE BARRAS (2,00 X 2,40) | \$ 660,00 | \$ 1.320,00 |
| 2 | PANEL PARA ROTULACION TIPO L (1,50 X 0,45) | \$ 306,00 | \$ 612,00 |
| 1 | MODULO PUERTA INGRESO (1,15 X 0,50) *INCLUYE AUXILIAR REPISAS INTERNO | | \$ 270,00 |
| 2 | MODULO ESQUINERO (0,50 X 0,50) *INCLUYE NICHOS VIDRIO *INCLUYE BASURERO INFERIOR Y ESPACIO PARA BANDEJAS | \$ 725,00 | \$ 1.450,00 |
| 2 | MESONES DE BARRA ESTRUCTURA MADERA SUPERFICIE EN GRANITO (1,90 X 0,40) | \$ 680,00 | \$ 1.360,00 |

TIEMPO DE ENTREGA: **POR CONFIRMAR**

CONDICIONES DE PAGO:

ATENTAMENTE:

| | | |
|---------------|--|--------------------|
| SUBTOTAL | | \$ 7.258,00 |
| DESCUENTO 10% | | \$ 725,80 |
| SUBTOTAL | | \$ 6.532,20 |
| I.V.A. 12% | | \$ 783,86 |
| TOTAL | | \$ 7.316,06 |
| ANTICIPO 70% | | \$ 5.121,24 |
| SALDO 30% | | \$ 2.194,82 |

ARQ. CHRISTIAN CASTILLO

CLIENTE

Hoshizaki reserves the right to change specifications without notice.

Item # _____

Project: _____

Qty: _____

*AutoCad available on KCL

HNC SERIES

COUNTERTOP REFRIGERATED DISPLAY CASE

HNC SERIES
9/06
Item # 13027

DIMENSIONS

W x D x H

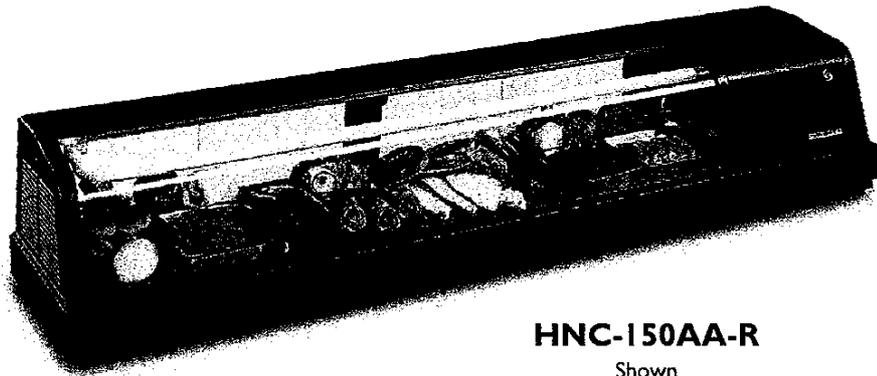
HNC-90AA-R(L)
35.4 x 13.6 x 11

HNC-120AA-R(L)
47.2 x 13.6 x 11

HNC-150AA-R(L)
59.1 x 13.6 x 11

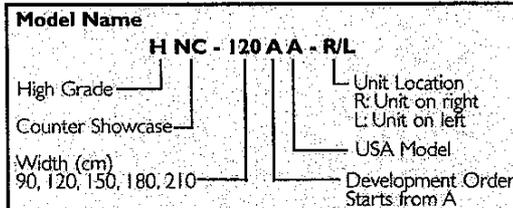
HNC-180AA-R(L)
70.9 x 13.6 x 11

HNC-210AA-R(L)
82.7 x 13.6 x 11



HNC-150AA-R
Shown

- Top glass angles down
- Ceiling easier to clean
- NSF approved thermometer
- Large diameter 1 inch drains at front
- Larger front to back interior, 11 inches
- Interior floor has a radius at all four sides
- Self-contained refrigeration unit - easy to install
- Condenser airflow is in the back and out the side
- Large diameter upper evaporator with tin plating
- Larger condenser face area improves cooling performance
- Slightly taller doors with plastic seal at end, opposite of the handle
- Solid food plates with radius groove to fit sushi foods
- Food plates can be turned upside down and used to improve cooling performance
- R-134A Refrigerant



Warranty

Warranty valid in United States, Canada, Puerto Rico, & U.S. Territories. Contact factory for warranty in other countries.

One Year - Parts & Labor on entire unit.

Two Year - Parts & Labor on compressor, evaporator, air-cooled condenser.

Five Year - Parts on: Compressor; Air-cooled condenser.

© HOSHIZAKI AMERICA, INC.

618 Hwy. 74 S., Peachtree City, GA 30289

TEL 1-800-438-6087

FAX 1-800-345-1325

www.hoshizaki.com



HNC SERIES COUNTERTOP REFRIGERATED DISPLAY CASE

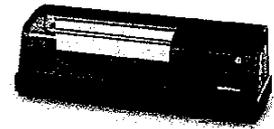
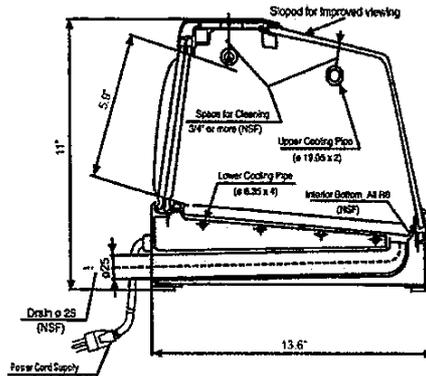
HNC-90AA
HNC-120AA
HNC-150AA
HNC-180AA
HNC-210AA

- Right or left handed

REFRIGERATED DISPLAY CASE

| Model | HNC-90 | HNC-120 | HNC-150 | HNC-180 | HNC-210 |
|---------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| AC Supply Voltage | 1 Phase 115V 60Hz | | | | |
| Power Supply Capacity | 0.47kVA (4.7A) | | | | |
| Rated Amperage | 3.0A | | | | |
| Starting Amperage | 13A | | | | |
| Electric Consumption | 195W | | | | |
| Saturation Temperature | Approximately 39°F (Ambient Temp. 80°F, No Load) | | | | |
| Net Capacity | 0.95ft³ | 1.48ft³ | 2.01ft³ | 2.54ft³ | 3.07ft³ |
| Ambient Temperature | 50 - 80° F | | | | |
| Voltage Variation | Rated Voltage ± 10% | | | | |
| Exterior Dimensions (W) (D) (H) | 35.4" (13.6" 11") | 47.2" (33.3" 11") | 59.1" (45.1" 11") | 70.9" (56.9" 11") | 82.7" (68.7" 11") |
| Interior Dimensions (W) (D) (H) | 21.5" (11.3" 6.2") | 33.3" (21.5" 6.2") | 45.1" (33.3" 6.2") | 56.9" (45.1" 6.2") | 68.7" (56.9" 6.2") |
| Exterior | Glass, ABS Plastic, PVC Plastic, Galvanized Steel | | | | |
| Interior | Glass, ABS Plastic, Stainless Steel | | | | |
| Insulation | Polyurethane Foam | | | | |
| Refrigeration System | Convection Cooling | | | | |
| Sliding Door | 2 Pieces | | 4 Pieces | | |
| Shipping Weight (Lbs.) | 65 | 90 | 105 | 120 | 135 |
| Shipping Dimensions (W) (D) (H) | 39.4" (16.9" 18.6") | 51.2" (33.3" 11") | 63" (45.1" 11") | 74.8" (56.9" 11") | 86.6" (68.7" 11") |
| Accessories | 2 Pieces | 3 Pieces | 4 Pieces | 5 Pieces | 6 Pieces |
| Food Mount | 2 Pieces | 4 Pieces | 4 Pieces | 4 Pieces | 4 Pieces |
| Plug | 1 Piece | 1 Piece | 1 Piece | 1 Piece | 1 Piece |
| Vinyl Hose | 1 Piece | 2 Pieces | 2 Pieces | 2 Pieces | 2 Pieces |
| Joint | 1 Piece | 2 Pieces | 2 Pieces | 2 Pieces | 2 Pieces |

*Refrigerated Display Case - Not for overnight storage



HNC-90AA-R(L)
W x D x H
35.4" x 13.6" x 11"



HNC-120AA-R(L)
W x D x H
47.2" x 13.6" x 11"



HNC-150AA-R(L)
W x D x H
59.1" x 13.6" x 11"



HNC-180AA-R(L)
W x D x H
70.9" x 13.6" x 11"



HNC-210AA-L(R)
W x D x H
82.7" x 13.6" x 11"

ELECTRICAL/HNC SERIES

- 115V60/1

OPERATING LIMITS

- Ambient Temp Range 50 - 80°F
- Voltage Range 104 - 126V
- Saturation Temp 39°F

SERVICE

- Removable/cleanable air filters



© HOSHIZAKI AMERICA, INC.

618 Hwy. 74 S., Peachtree City, GA 30269

TEL 1-800-438-6087

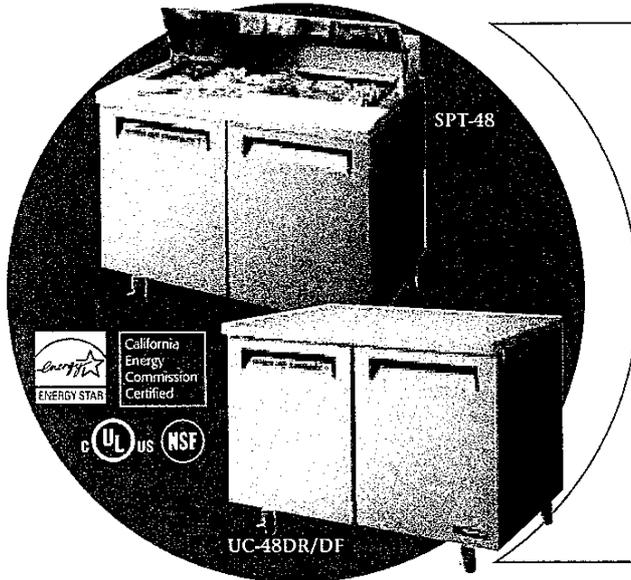
FAX 1-800-345-1325

www.hoshizaki.com

Printed in U.S.A.



ITEM NO. _____
 PROJECT _____
 LOCATION _____
 DATE _____ QTY. _____



SPT/UC SERIES

Sandwich/Salad Prep Units,
 Undercounter Refrigerators
 And Freezers

SANDWICH/SALAD PREP UNITS

- SPT-28 SPT-48 SPT-72

UNDERCOUNTER REFRIGERATORS

- UC-28SR UC-48DR UC-72TR

UNDERCOUNTER FREEZERS

- UC-28SF UC-48DF

FEATURES

CONSTRUCTION

- Design meets NSF 7 criteria
- Stainless steel exterior
- Bright white ABS interior on all models except SPT-72 and UC-72TR. These models have stainless steel interior.
- 1 3/4" foamed-in-place "low ODP" urethane insulated walls and doors
- Standard recessed door handles
- Adjustable, heavy-duty wire shelves
- Four 5" diameter casters (2 locking, 2 non-locking)
- Stainless steel louver distributes air to all areas of the unit

- Louver is food acid and stain resistant
- Door width:
 - SPT-28, UC-28SR, UC-28SF27 3/8"
 - SPT-48, SPT-72, UC-48DR, UC-72TR, UC-48DF23 7/8"

REFRIGERATION

- Refrigerant:
 - SPT models, UC-R models and UC-28SF R-134a
 - UC-48DF R-404A
- Forced-air refrigeration system
- Two fans for optimum cooling efficiency

- Self-contained, no plumbing required
- Temperature range:
 - SPT and UC-R models 33° to 41°F (1° to 5°C)
 - UC-F models -11° to -3°F (-24° to -19°C)
- R-factor (insulation efficiency rating): 14.58

WARRANTY

- Standard limited four year extended compressor and one year limited parts and labor

OPTIONS

- Legs
 Back splash guard for UC models
 2" casters for UC models (reduces height to 33 1/2")

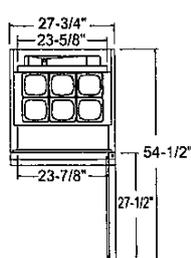


SPT/UC SERIES SANDWICH/SALAD PREP UNITS, UNDERCOUNTER REFRIGERATORS AND FREEZERS

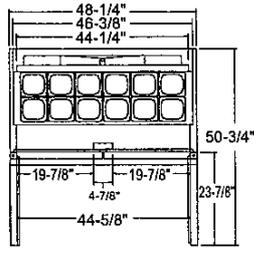
TECHNICAL SPECIFICATIONS

| MODEL | DIMENSIONS (in.) | | | DIMENSIONS (mm) | | | VOLTS | AMPS | UNIT H.P. | NO. OF SHELVES | NO. OF 1/6 SIZE PANS** | CAP. CU. FT. | SHIP CU. FT. | SHIP WT. LB/KG |
|-----------------------------------|--------------------------------|----|----|-----------------|-----|------|-------|------|-----------|----------------|------------------------|--------------|--------------|----------------|
| | L | D | H* | L | D | H* | | | | | | | | |
| SANDWICH/SALAD UNITS | | | | | | | | | | | | | | |
| SPT-28 | 27 ³ / ₄ | 30 | 43 | 705 | 762 | 1092 | 115 | 5.5 | 1/4 | 2 | 6 | 6.5 | 29.0 | 198/90 |
| SPT-48 | 48 ¹ / ₄ | 30 | 43 | 1226 | 762 | 1092 | 115 | 5.0 | 1/3 | 4 | 12 | 12.0 | 48.4 | 264/120 |
| SPT-72 | 72 ³ / ₄ | 30 | 43 | 1848 | 762 | 1092 | 115 | 10.8 | 5/8 | 6 | 18 | 19.0 | 67.7 | 385/175 |
| UNDERCOUNTER REFRIGERATORS | | | | | | | | | | | | | | |
| UC-28SR | 27 ³ / ₄ | 30 | 36 | 705 | 762 | 914 | 115 | 4.0 | 1/5 | 2 | N/A | 6.5 | 24.8 | 178/81 |
| UC-48DR | 48 ¹ / ₄ | 30 | 36 | 1226 | 762 | 914 | 115 | 4.0 | 1/5 | 4 | N/A | 12.0 | 40.5 | 244/111 |
| UC-72TR | 72 ³ / ₄ | 30 | 36 | 1848 | 762 | 914 | 115 | 7.0 | 1/3 | 6 | N/A | 19.0 | 58.6 | 340/155 |
| UNDERCOUNTER FREEZERS | | | | | | | | | | | | | | |
| UC-28SF | 27 ³ / ₄ | 30 | 36 | 705 | 762 | 914 | 115 | 7.5 | 1/3 | 2 | N/A | 6.5 | 24.8 | 190/86 |
| UC-48DF | 48 ¹ / ₄ | 30 | 36 | 1226 | 762 | 914 | 115 | 11.5 | 3/5 | 4 | N/A | 12.0 | 40.5 | 260/118 |

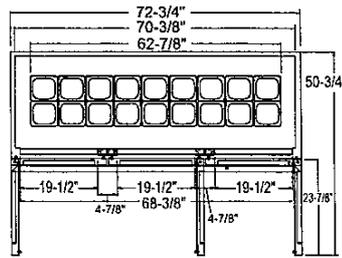
*Height includes casters. **Pans are 4" deep, 1.5L capacity.



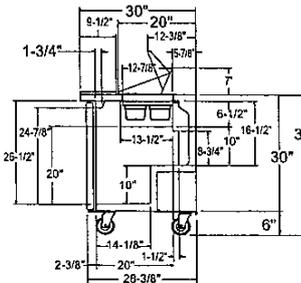
SPT-28



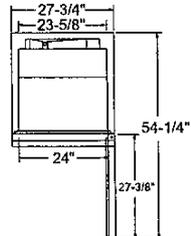
SPT-48



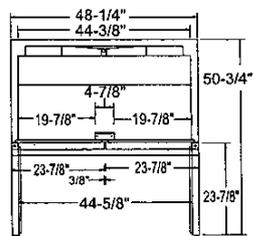
SPT-72



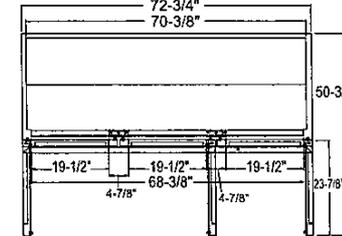
SIDE



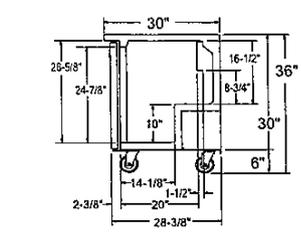
UC-28SR/SF



UC-48DR/DF



UC-72TR



SIDE

LISTINGS



HOOKUP

Via plug in, 10 foot long, flexible 3 wire 16/3 cord with molded plug.



BID SPECIFICATIONS

Item no. SPT-_____ and/or UC-_____
Provide _____ () Sandwich/Salad Preparation Units and/or Undercounter Refrigerators or Freezers, Master-Bilt model no. SPT-_____ and/or UC-_____.

Model design will meet NSF 7 criteria. Exterior finish will be stainless steel. Units will have bright white ABS interior except for SPT-

72 and UC-72TR which will be stainless steel. Standard features include adjustable, heavy-duty wire shelves and 5" diameter casters. All doors to have standard recessed handles.

SPT models, UC-R models and UC-28SF will contain R-134a refrigerant. UC-48DF will contain R-404A. The refrigeration system will have two fans for optimum cooling efficiency.

The temperature range for SPT and UC-R models will be 33° to 41°F (1° to 5°C). The range for UC-F models will be -11° to -3°F (-24° to -19°C). All models to have a standard limited four year extended compressor and one year limited parts and labor warranty. Cabinets to be UL, C-UL and NSF listed and California Energy Commission and Energy Star certified.

NOTE: Cabinet designed for optimum performance in air-conditioned area at 75°F ambient and 55% relative humidity. All specifications subject to change without notice.



908 Highway 15 North • New Albany, MS 38652
PHONE: 800-647-1284 or 662-534-9061 • FAX: 800-232-3966 or 662-534-6049 • www.master-bilt.com



Quito, 18 de Diciembre de 2007

OFERTA TX-01023486.07
OFERTA PARA COMPRA LOCAL.

REF EXHIBIDORES DE SUSHI

| No: | CANT | DESCRIPCION | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|----------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------|
| 01 | 1 | Display refrigerado HOSHIZAKI HNC-180AA-R de fabricación americana con vidrio curvo. Capacidad de almacenamiento de 2.54 pies cúbicos. Sistema de refrigeración autocontenido de 0.47 kva. Unidad con cuatro puertas deslizantes. Dimensiones 180 cm de longitud x 28 cm de altura x 34.5 cm de profundidad. Especificación eléctrica 115/60/1 | 4,040.00 | 4,040.00 |
| 02 | 1 | Refrigeradora undercounter MASTER-BILT UC-72TR de fabricación americana, sistema de refrigeración autocontenida de 1/3 HP con capacidad de almacenamiento de 11.8 Cu. Ft. Frente, laterales y tope de acero inoxidable, interior en plástico ABS, unidad de tres puertas provistas de repisas de alambre con recubrimiento epóxico, Unidad montada sobre ruedas de 5", dos de ellas con freno. Dimensiones 185 cm x 76.2 cm de fondo x 91.4 cm de altura. Espec. eléctrica 110/60/1 | 3,290.00 | 3,290.00 |
| SUBTOTAL US\$ | | | | 7,330.00 |
| IVA 12% US\$ | | | | 879.60 |

FORMA DE PAGO: 50% de anticipo y saldo contra entrega en items de importación.

PLAZO DE ENTREGA FISICA: De 8 a 10 semanas a partir del pago del anticipo.

LUGAR DE ENTREGA: Bodegas de Termalimex en Quito

VALIDEZ OFERTA: 15 días.

Nota: No incluye materiales e instalación

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Gonzalo Rubio S.
Depto. Comercial