

DECLARACIÓN

Yo MARÍA DOLORES GONZÁLEZ BENÍTEZ, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el mismo.

MARÍA DOLORES GONZÁLEZ BENÍTEZ
CI 110395296-4

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, MARÍA DOLORES GONZÁLEZ BENÍTEZ, para optar por el título de INGENIERO/A COMERCIAL, cuyo tema es: Estudio de Factibilidad para la creación de un restaurante de comida Japonesa al estilo Hibachi en la Provincia de Pichincha, ciudad del Distrito Metropolitano de Quito, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 14 días del mes de Septiembre de 2010,

ALEX VINUEZA

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por bendecirme y guiarme para convertirme hoy en una profesional llena de valores éticos y morales para servir a la sociedad.

A mis padres por su tolerancia y creer siempre en mí.

A mis profesores, Ing. Alex Vinueza e Ing. Christiam Alban quien gracias a su conocimiento, constancia y continuo apoyo me orientaron al buen desarrollo del proyecto para lograr la culminación de mis estudios.

A mis hermanos que con su ánimo siempre supieron alentarme para llegar a esta meta propuesta.

Y a todos mis profesores, amigos, presentes y ausentes, que me han acompañaron en mi carrera profesional.

María Dolores González

DEDICATORIA

A Dios, por bendecir mi existencia y guiarme para convertirme en una buena profesional.

A mis padres, por sus enseñanzas y por su paciencia porque siempre enfocan todos sus esfuerzos para la educación y el bienestar de sus hijos.

A mis hermanos, por la confianza y respaldo incondicional en cada etapa de mi vida y por estar siempre ahí y hacer de este mundo, uno significativo.

A toda mi familia, especialmente a mis tías y tíos que con su cariño sincero hacen de esta familia una de las más grandes.

A mis primos por ser incondicionales y demostrarme todo su amor y apoyo en todas las circunstancias de mi vida

A mis amigos, por compartir momentos inolvidables que aunque el tiempo y la distancia nos separen los llevo siempre presentes en mi mente y en mi corazón.

María Dolores González

ÍNDICE DEL CONTENIDO

Declaración	i
Certificación	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
“Tablas de Contenido, Cuadros, Gráficos Fórmulas y Anexos.”	v
Resumen Ejecutivo (Español)	xxvi
Resumen Ejecutivo (Inglés)	xxix

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1.		Pág.
1.	DETERMINACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1	Antecedentes	1
1.1.1	Concepto	1
1.1.2	Etimología	1
1.1.3	Ingredientes	1
1.1.4	Origen	1
1.1.5	Influencia Japonesa En Otras Gastronomías	2
1.1.5.1	Influencia Japonesa de Estados Unidos	2
1.1.6	Delimitación	3
1.2	Objetivos	3
1.2.1	Objetivo General	3
1.2.2	Objetivos Específicos	3
		v

1.3	Justificación	4
1.3.1	Beneficiario de la Propuesta de Intervención	4
1.4	Marco Teórico	5
1.5	Descripción Y Alcance Del Proyecto	8

CAPITULO 2.		Pág.
2.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10
2.1	Análisis Externo	10
2.1.1	Macro Ambiente	10
2.1.1.1	Factor Político	10
2.1.1.2	Factor Económico	11
2.1.1.2.1	Balanza Comercial	11
2.1.1.2.2	Tipo De Cambio	13
2.1.1.2.3	Riesgo País	14
2.1.1.2.4	Remesas	15
2.1.1.2.5	Inflación	15
2.1.1.2.6	Tasas de Interés	16
2.1.1.2.7	P.I.B.	17
2.1.1.2.8	Empleo Y Salarios	19
2.1.1.3	Factor Social	20
2.1.1.3.1	Demografía	20
2.1.1.3.2	Estilo de Vida	20
2.1.1.3.3	Estructura de Edades	22
2.1.1.3.4	Nivel de Formación	22
2.1.1.4	Factor Tecnológico	23

2.1.2	Microambiente	23
2.1.2.1	Cinco Fuerzas De Porter	24
2.1.2.1.1	Rivalidad Entre Empresas Competidoras	24
2.1.2.1.2	Entrada Potencial De Nuevos Competidores	25
2.1.2.1.3	Presión De Productos Sustitutos	26
2.1.2.1.4	Presión De Negociación De Los Proveedores	27
2.1.2.1.5	Poder De Negociación De Los Consumidores	27
2.2	Análisis Interno	28
2.2.1	Análisis De La Situación Vigente Del Mercado	28
2.2.2	Análisis De La Situación Proyectada	29
2.2.3	Matriz De Relación Diagnóstica	30
2.3	Síntesis FODA	31
CAPITULO 3.		Pág.
3.	ESTUDIO DE MERCADO	34
3.1	Planteamiento Del Problema	34
3.1.1	Descripción Del Problema	34
3.1.2	Formulación Del Problema	35
3.2	Objetivos De La Investigación	35
3.2.1	Objetivo General	35
3.2.2	Objetivos Específicos	35
3.3	Identificación De Los Servicios Y Productos	36
3.3.1	Definición Del Servicio	36
3.3.2	Caracterización Del Servicio Y Producto	37

3.3.3	Identificación Y Descripción Del Servicio Principal Y Sus Servicios Agregados	37
3.3.3.1	Hibachi O Teppanyaki	37
3.3.3.2	Espectáculo Del Chef	38
3.3.3.3	La Cocina	40
3.3.3.4	El Restaurante	40
3.3.3.5	Sushi Bar	40
3.3.3.5.1	Sushi	41
3.3.3.6	El Menú	41
3.3.4	Identificación De Los Servicios Sustitutivos	42
3.3.5	Normas de Calidad del Servicio	43
3.4	Caracterización Del Área Del Mercado	43
3.4.1	Población Consumidora Y/O Beneficiaria	43
3.4.2	Ámbito Del Mercado	43
3.5	Investigación Del Mercado	44
3.5.1	Segmentación De Mercado	44
3.5.1.1	Geográficas	44
3.5.1.2	Demográficas	45
3.5.1.2.1	Crecimiento Demográfico De La Población	45
3.5.1.2.2	Población Por Edad Y Género	46
3.5.1.2.3	Gasto De Los Hogares	47
3.5.1.2.4	Nivel De Instrucción	47
3.5.1.2.5	Población Económicamente Activa (PEA)	48
3.5.1.2.6	Índice De Pobreza Extrema	49
3.5.1.3	Psicográficas	50

3.5.1.3.1	Clase Social	50
3.5.1.3.2	Estilo De Vida	51
3.5.1.3.3	Personalidad	51
3.5.1.3.4	Por Actitudes O Conductual	51
3.5.2	Características Del Mercado Meta	52
3.5.2.1	Sector	53
3.5.2.2	Estratos Socio-Económicos	53
3.5.2.3	Capacidad Adquisitiva Y Autonomía De Compra	53
3.5.2.4	Edad De La Población	53
3.5.2.5	Unidad De Observación	53
3.5.3	Muestreo	54
3.5.3.1	Población O Universo	54
3.5.3.2	Marco Muestral	55
3.5.3.2.1	Unidades De Muestreo	56
3.5.3.2.2	Estratificación Muestral	57
3.5.4	Muestra	58
3.5.4.1	Método De Muestreo	58
3.5.4.2	Tamaño De La Muestra	59
3.5.4.2.1	Determinación Del Tamaño De La Muestra	59
3.5.4.2.2	Determinación De La Muestra Estratificada	60
3.5.5	Metodología De La Investigación De Campo	61
3.5.6	Diseño De La Encuesta	62
3.5.7	Levantamiento De La Información	63
3.5.8	Tabulación Y Análisis De Resultados De Encuestas	63
3.5.8.1	Análisis de Resultados	63

3.6	Análisis De La Demanda	76
3.6.1	Determinación De La Demanda	76
3.6.1.1	Comportamiento Histórico De La Demanda	77
3.6.1.2	Demanda Actual Del Servicio	77
3.6.2	Proyección De La Demanda	78
3.6.2.1	Proyección De Demanda Mediante Tasas De Crecimiento Poblacional.	79
3.6.2.2	Proyección Optimista Y Pesimista De La Demanda	80
3.7	Análisis De La Oferta	82
3.7.1	Factores Que Afectan A La Oferta	83
3.7.1.1	Número De Competidores	83
3.7.1.2	Incursión De Nuevos Competidores	84
3.7.1.3	Precios De Los Servicios Relacionados	84
3.7.2	Determinación De La Oferta	84
3.7.2.1	Proyección Optimista Y Pesimista De La Oferta	86
3.8	Determinación De La Demanda Insatisfecha	87
3.8.1	Proyección De La Demanda Insatisfecha	88
3.9	Conclusiones	89

CAPITULO 4.		Pág.
4.	ESTUDIO TÉCNICO	90
4.1	Tamaño Del Proyecto	90
4.1.1	Factores Determinantes Del Proyecto	91
4.1.1.1	Tamaño Del Mercado	91
4.1.1.2	Disponibilidad de Mano de Obra, Materia Prima e Insumos	91

4.1.1.3	Disponibilidad De Recursos Financieros	93
4.1.1.4	La Tecnología	93
4.1.2	Determinación Del Tamaño Óptimo De La Planta	93
4.1.3	Capacidad Diseñada Del Restaurante	94
4.1.3.1	Capacidad Diseñada Del Bar	95
4.1.3.2	Capacidad Óptima De La Planta	97
4.1.4	Determinación De La Participación En El Mercado	99
4.2	Localización Del Proyecto	100
4.2.1	Macro Localización	101
4.2.2	Micro Localización	101
4.2.2.1	Criterios De Selección De Alternativas	101
4.2.2.1.1	Transporte Y Comunicación	102
4.2.2.1.2	Cercanía De La Fuentes De Abastecimiento	102
4.2.2.1.3	Disponibilidad De Servicios Básicos	103
4.2.2.1.4	Posibilidad De Eliminación De Desechos	103
4.3	Ingeniería Del Proyecto	104
4.3.1	Descripción Técnica	104
4.3.1.1	Concepto	104
4.3.1.2	Tipo De Servicio	105
4.3.1.3	Especialidad	105
4.3.1.4	Ambiente Del Restaurante	105
4.3.1.5	Características De Operación	106
4.3.1.6	Menú	106
4.3.2	Descripción Del Proceso	107
4.3.2.1	Identificación De Procesos	108

4.3.2.1.1	Proceso Para La Atención Al Cliente	109
4.3.2.1.2	Proceso Para La Elaboración Del Menús	110
4.3.2.2	Diagrama De Flujo	112
4.3.3	Optimización Del Proceso Productivo Y Requerimiento De Recursos	112
4.3.3.1	Requerimiento De Maquinaria	112
4.3.3.2	Requerimiento De Insumos	123
4.3.3.3	Requerimiento De Equipo De Oficina	130
4.3.3.4	Requerimiento De Muebles Y Enseres	131
4.3.3.5	Requerimiento De Mano De Obra	132
4.3.3.5.1	Horario De Trabajo	133
4.3.3.5.2	Jornada De Trabajo	133
4.3.3.5.3	Requerimiento De Uniformes	136
4.4	Distribución De La Planta	140
4.3.1.1	Área De Administración	142
4.3.1.2	Área De Cocina Y Almacenamiento De Alimentos	142
4.3.1.3	Área De Restaurante O Clientes	143
4.3.1.4	Área Del Sushi Bar	143
4.3.1.5	Área De Vestuario Para Los Empleados	144
CAPITULO 5.		Pág.
5.	PROPUESTA ESTRATÉGICA	145
5.1	La Empresa	145
5.1.1	Factores De La Empresa	145
5.1.2	Figura Jurídica De La Empresa	145

5.1.2.1	Personalidad Jurídica De La Empresa	146
5.1.2.2	Forma De Organización Legal	146
5.1.2.2.1	Características De La Compañía De Responsabilidad Limitada	148
5.1.2.2.2	Ventajas De La Compañía De Responsabilidad Limitada	150
5.1.3	Constitución De La Empresa: Procedimientos Y Trámites Legales	151
5.1.3.1	Procedimientos Para La Constitución Y Funcionamiento De La Empresa	151
5.1.3.1.1	Procedimientos De Constitución	152
5.1.3.1.2	Procedimiento De Funcionamiento	152
5.1.3.1.3	Procedimientos Tributarios	153
5.1.4	Gastos De Constitución Y Gasto De Puesta En Marcha De La Empresa	156
5.1.5	Estructura Empresarial	158
5.1.6	Nombre o Razón Social	158
5.1.6.1	Logotipo	158
5.1.6.2	Eslogan	159
5.1.7	Titularidad De Propiedad De La Empresa	159
5.1.8	Tipo De Empresa	160
5.2	Base Filosófica De La Empresa	162
5.2.1	Misión	162
5.2.2	Visión	162
5.2.3	Objetivo General	162
5.2.4	Objetivo Estratégicos	162
5.2.5	Principios Y Valores	163

5.2.5.1	Valores	163
5.2.5.2	Principios	164
5.3	La Organización	165
5.3.1	Organigrama	166
5.3.1.1	Implementación	167
5.3.1.2	Dirección	167
5.3.1.3	Control	167
5.3.1.4	Coordinación	168
5.3.1.5	Evaluación	168
5.3.2	Descripción De Funciones	169
5.3.2.1	Motivación	170
5.3.2.2	Liderazgo	171
5.3.2.3	Comunicación	171
5.3.2.4	Toma De Decisiones	172
5.3.3	Manual De Funciones	172
5.3.4	Estrategias Empresariales	173
5.3.4.1	Estrategias Mercadológicas De Posicionamiento	173
5.3.4.1.1	Producto	173
5.3.4.1.2	Precio	175
5.3.4.1.2.1	Formas De Pago	176
5.3.4.1.2.2	Estrategias De Precios	176
5.3.4.1.3	Plaza	176
5.3.4.1.4	Promoción Y Publicidad	178
5.3.4.1.4.1	Publicidad - Etapa De Lanzamiento	179
5.3.4.1.4.1.1	Medios De Comunicación	181

5.3.4.1.4.2	Promoción	185
5.3.4.2	Sugerencias Para Marketing Mix Para Largo Plazo.	186
5.3.4.3	Estrategias Operativas	186
5.3.4.4	Estrategias Financieras	186
5.3.4.5	Estrategias Personal	187

CAPITULO 6.		Pág.
6	ESTUDIO FINANCIERO	189
6.1	Presupuestos	189
6.1.1	Presupuestos De Inversión	189
6.1.1.1	Activos Fijos	189
6.1.1.2	Activos Intangibles	191
6.1.1.3	Capital De Trabajo	193
6.1.1.4	Cronograma De Inversiones	194
6.1.2	Presupuesto De Operación	196
6.1.2.1	Presupuesto De Egresos	196
6.1.2.1.1	Costos Directos	197
6.1.2.1.2	Costos Indirectos De Fabricación	198
6.1.2.1.3	Determinación De Costos Y Gastos De Operación	201
6.1.2.2	Determinación Del Precio De Venta	202
6.1.2.3	Presupuesto De Ingresos	206
6.1.3	Estructura Del Financiamiento	207
6.1.4	Punto De Equilibrio	208
6.2	Estados Financieros	213
6.2.1	Estado De Resultados Pro-Forma	214

6.2.2	Flujo De Fondos Del Inversionista	216
6.2.3	Balance General Inicial	218
6.3	Evaluación Financiera	219
6.3.1	Determinación De La Tasa De Descuento	220
6.3.2	Criterios De Evaluación	221
6.3.2.1	Valor Actual Neto	222
6.3.2.2	Tasa Interna De Retorno	223
6.3.2.3	Relación Costo Beneficio	225
6.3.2.4	Periodo De Recuperación De La Inversión (PRI)	227
6.3.2.5	Análisis De Sensibilidad	227

IMPACTOS DEL PROYECTO	Pág.
Impacto Sociológico	229
Impacto Cultural	229
Impacto Empresarial	229
Impacto Ético	229
Impacto Ambiental	230

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	Pág.
Conclusiones	231
Recomendaciones	233
Bibliografía	235
Linkografía	238

ÍNDICE DE CUADROS

		Pág.
Cuadro # 1	Matriz De Relación Diagnostica	30
Cuadro # 2	Proyección De La Población Del Distrito Metropolitano De Quito	46
Cuadro # 3	Población Del Distrito Metropolitano De Quito Según Edad Y Género	46
Cuadro # 4	Población Del Distrito Metropolitano De Quito Según Gastos De Hogares	47
Cuadro # 5	Población Del Distrito Metropolitano De Quito Según Nivel De Instrucción	48
Cuadro # 6	Población Del Distrito Metropolitano De Quito Pea	49
Cuadro # 7	Unidad De Observación Criterios De Estratificación	54
Cuadro # 8	Marco Muestral De La Población En Estudio	56
Cuadro # 9	Marco Muestral Estratificado	58
Cuadro # 10	Tamaño De La Muestra	60
Cuadro # 11	Muestra Estratificada	61
Cuadro # 12	Tabulación De Encuesta, Frecuencia Con Que Cada Persona Visita Un Restaurante Mensualmente	66
Cuadro # 13	Cálculo de la Demanda Actual Anual	78
Cuadro # 14	Proyección Optimista Y Pesimista De La Demanda	80
Cuadro # 15	Oferta Actual Anual	85
Cuadro # 16	Proyección Optimista Y Pesimista De La Oferta	86

Cuadro # 17	Proyección De La Demanda Insatisfecha	88
Cuadro # 18	Capacidad De Producción Del Restaurante	95
Cuadro # 19	Capacidad Del Bar/ Número De Asientos En El Bar	95
Cuadro # 20	Capacidad Del Bar/ Número De Personas	97
Cuadro # 21	Restaurante - Capacidad Óptima De Producción Según Demanda Potencial Insatisfecha	98
Cuadro # 22	Bar - Capacidad Óptima De Producción Según Demanda Potencial Insatisfecha	99
Cuadro # 23	Participación De La Competencia En El Mercado	100
Cuadro # 24	Cantidad De Insumos A Producir De Acuerdo A La Capacidad	124
Cuadro # 25	Numero De Platos A Preparar	124
Cuadro # 26	Proyección De La Tasa De Inflación	127
Cuadro # 27	Requerimiento De Insumos	128
Cuadro # 28	Requerimiento De Mano De Obra	133
Cuadro # 29	Costo Total Del Terreno Y Edificio	142
Cuadro # 30	Características, Requisitos Y Formalidades De La Compañía De Responsabilidad Limitada	150
Cuadro # 31	Requisitos Y Documentos Para La Constitución Y Funcionamiento De La Empresa	154
Cuadro # 32	Gastos De Constitución Y Puesta En Marcha	157
Cuadro # 33	Clasificación Del Código Industrial Internacional Uniforme	161
Cuadro # 34	Capital Social	165

Cuadro # 35	Precio Promedio De Consumo Por Persona	175
Cuadro # 36	Proveedores	178
Cuadro # 37	Costo Por Lanzamiento	181
Cuadro # 38	Medios De Comunicación - Costo Internet	182
Cuadro # 39	Medios De Comunicación - Costo Radio	183
Cuadro # 40	Medios De Comunicación - Entrevistas	184
Cuadro # 41	Medios De Comunicación - Revistas	184
Cuadro # 42	Activos Fijos - Inmuebles	189
Cuadro # 43	Activos Fijos - Equipo De Computación	189
Cuadro # 44	Activos Fijos - Equipo De Cocina	190
Cuadro # 45	Activos Fijos - Muebles Y Enseres	190
Cuadro # 46	Activos Fijos - Maquinaria Y Equipos	190
Cuadro # 47	Activos Fijos - Maquinaria Y Equipos - Utensilios	191
Cuadro # 48	Construcciones Y Instalaciones	191
Cuadro # 49	Activos Intangibles	193
Cuadro # 50	Capital De Trabajo	194
Cuadro # 51	Cronograma De Inversión	195
Cuadro # 52	Costo De Mano De Obra Directa	198
Cuadro # 53	Costo De Horas Suplementarias	198
Cuadro # 54	Costos Indirectos De Fabricación	198
Cuadro # 55	Costos De Mano De Obra Indirecta	199
Cuadro # 56	Promedio De Consumo De Servicios Básicos - Competencia	199
Cuadro # 57	Promedio De Consumo De Servicios Básicos	200

Cuadro # 58	Depreciación Y Amortización De La Inversión Fija Y Diferida	200
Cuadro # 59	Costos De Sueldos Administrativos	201
Cuadro # 60	Presupuesto De Egresos	202
Cuadro # 61	Cantidad De Insumos A Requerir De Acuerdo A La Capacidad - Mo - Cif	203
Cuadro # 62	Determinación Del Precio De Venta	203
Cuadro # 63	Precio Promedio De Consumo Teppan - Japan	205
Cuadro # 64	Presupuesto De Ingresos	206
Cuadro # 65	Estructura Del Financiamiento	208
Cuadro # 66	Punto de Equilibrio	209
Cuadro # 67	Calculo Del Punto Equilibrio	210
Cuadro # 68	Calculo Del Punto Equilibrio Por Plato	211
Cuadro # 69	Estado De Resultados Proforma	215
Cuadro # 70	Flujo De Efectivo Mensual	217
Cuadro # 71	Flujo De Efectivo Anual	218
Cuadro # 72	Balance General Inicial	219
Cuadro # 73	Tmar Del Accionista	220
Cuadro # 74	Tmar Del Proyecto	221
Cuadro # 75	Criterios De Evaluación	222
Cuadro # 76	Valor Actual Neto	223
Cuadro # 77	Tasa Interna De Retorno	225
Cuadro # 78	Relación Costo Beneficio Del Proyecto	226
Cuadro # 79	Periodo De Recuperación De La Inversión	227
Cuadro # 80	Análisis De Sensibilidad	228

ÍNDICE DE GRÁFICOS

		Pág.
Grafico # 1	Balanza Comercial	12
Grafico # 2	Tipo De Cambio	13
Grafico # 3	Inflación Nacional	16
Grafico # 4	Tasas De Interés	17
Grafico # 5	Producto Interno Bruto	18
Grafico # 6	Mercado Laboral	19
Grafico # 7	Salarios	20
Grafico # 8	Cinco Fuerzas De Porter	24
Grafico # 9	Tabulación De Encuesta, Representación Gráfica Según Estratificación Por Sexo	64
Grafico # 10	Tabulación De Encuesta, Rango De Edad	64
Grafico # 11	Tabulación De Encuesta, Cuantas Veces Sale A Comer A Un Restaurante	65
Grafico # 12	Tabulación De Encuesta, Con Quien Suele Ir Cuando Visita Un Restaurante	66
Grafico # 13	Tabulación De Encuesta, Que Tipo De Comida Prefiere Al Momento De Salir A Comer	67
Grafico # 14	Tabulación De Encuesta, Características Del Lugar Donde Va A Comer	68
Grafico # 15	Tabulación De Encuesta, Estaría Dispuesto A Probar La Comida Japonesa Al Estilo Hibachi	69
Grafico # 16	Tabulación De Encuesta, Ha Visitado Usted Alguna Vez Algún Restaurante Donde Le Ofrezcan Comida Japonesa Al Estilo Hibachi En Quito	70

Grafico # 17	Tabulación De Encuesta, Cuan Frecuente Va A Un Restaurante A Comer Sushi	71
Grafico # 18.A	Tabulación De Encuesta, Estructura Física - Autenticidad En La Decoración Japonesa	72
Grafico # 18.B	Tabulación De Encuesta, Estructura Física - Show Teatral Del Chef	73
Grafico # 19	Tabulación De Encuesta, Cuanto Suele Pagar Por La Comida Ofrecida En Un Restaurante	74
Grafico # 20	Tabulación De Encuesta, Sitio De Espera	75
Grafico # 21	Proyección Optimista Y Pesimista De La Demanda	82
Grafico # 22	Proyección Optimista Y Pesimista De La Oferta	87
Grafico # 23	Proyección De La Demanda Potencial Optimista Y Pesimista	89
Grafico # 24	Descripción Del Proceso	108
Grafico # 25	Ciclo De Compras	109
Grafico # 26	Jornada De Trabajo	135
Grafico # 27	Diseño Uniformes	137
Grafico # 28	Diseño Del Local	141
Grafico # 29	Logotipo De Teppan-Japan	158
Grafico # 30	Organigrama Estructural De La Empresa	166
Grafico # 31	Canales De Distribución	177
Grafico # 32	Planificador Y Evaluador De Radio	182
Grafico # 33	Punto De Equilibrio	213

ÍNDICE DE FÓRMULAS

		Pág.
Formula # 1	Tamaño De La Muestra	59
Formula # 2	Proyección De Demanda Mediante Tasas De Crecimiento Poblacional.	79
Formula # 3	Punto Equilibrio	210
Formula # 4	Valor Actual Neto	223
Formula # 5	Tasa Interna De Retorno	224
Formula # 6	Relación Costo Beneficio	226

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS

Anexo # 1	Menú	241
Anexo # 2	Diseño De La Encuesta	255
Anexo # 3	Tabulación De Datos De La Encuesta	258
Anexo # 4	Recetario	271
Anexo # 5	Diagrama De Flujo	308
Anexo # 6	Cotización De Maquinaria	309
Anexo # 7	Cotización De Maquinaria - Mesas Hibachi	320
Anexo # 8	Cotización De Maquinaria - Plancha Hibachi	322
Anexo # 9	Costo De Insumos Por Plato	323
Anexo # 10	Cotización Insumos – Cotizaciones	348
Anexo # 11	Cotización Insumos Alcohol	349
Anexo # 12	Cotización Insumos - Mariscos	350
Anexo # 13	Cotización Equipo De Oficina	352
Anexo # 14	Mano De Obra - Rol De Pagos	355
Anexo # 15	Cotización Uniformes	356
Anexo # 16	Requisitos Para La Constitución Y El Funcionamiento De La Empresa	358
Anexo # 16.1	Requisitos Para La Presentación De La Minuta De Constitución De La Empresa	359
Anexo # 16.2	Requisitos Para La Obtención Del Registro Único De Contribuyentes	369
Anexo # 16.3	Requisitos Para La Obtención De Patente Municipal	370
Anexo # 16.4	Requisitos Para La Obtención Del Permiso Sanitario De	

	Funcionamiento	371
Anexo # 16.5	Requisitos Para La Obtención De La Licencia Única Anual De Funcionamiento (Luaf) Para Establecimientos	372
Anexo # 16.6	Curso De Capacitación En Prácticas De Manipulación De Alimentos	373
Anexo # 16.7	Certificado De Compatibilidad De Uso Del Suelo Y Zonificación	375
Anexo # 16.8	Permiso De Rotulación Y Publicidad Exterior	376
Anexo # 16.9	Informe De Regulación Metropolitana	377
Anexo # 16.10	Requisitos Para La Obtención Del Permiso De Bomberos	379
Anexo # 16.11	Requisitos Para La Solicitud De Marca, Nombre Y Lema Comercial	380
Anexo # 17	Manual De Funciones	384
Anexo # 18	Cotización Publicidad - Costo Por Lanzamiento	393
Anexo # 19	Cotización Publicidad - Medios De Comunicación	394
Anexo # 20	Presupuesto De Publicidad	406
Anexo # 21	Software Para Punto De Venta De Restaurantes	407

RESUMEN EJECUTIVO

La realización del presente proyecto se base en determinar la factibilidad de crear un restaurante de comida japonesa al estilo Hibachi en la ciudad de Quito.

Sabemos que hoy en día el sector restaurantes tiene gran crecimiento dentro del mercado nacional, contando con la ventaja que nuestro país cuenta con condiciones favorecedoras para desarrollar este tipo de negocio dentro de la industria alimenticia.

Es importante enfatizar que en la ciudad de Quito existe falta de competitividad debido a que no ofrecen innovación y variedad en los productos y servicios del segmento de mercado referente al área de restaurantes; es por ello que, la determinación de la demanda en el lugar expuesto permitirá demostrar que existe un mercado potencial al cual podemos satisfacer.

Según las encuestas realizadas, se ha determinado que el 13% de la población en estudio consumen el producto, y el 90% estaría dispuesto a consumir un producto nuevo. Para determinar la demanda existente se ha considerado el consumo individual, mismo que relacionado al porcentaje de las encuestas refleja un consumo potencial de 1'081.008 anualmente.

En el análisis de la Oferta se deduce que existe un reducido pero marcado número de competidores dentro del sector restaurantes de comida japonesa. Las pocas empresas que se encuentran posicionadas en el mercado innovan y diversifican sus productos. Por otro lado nuestro producto frente al existente en el mercado muestra una ventaja competitiva, ya que como nueva empresa en la industria podemos presentar un producto diferente y con un valor agregado; marcando la diferencia con el resto de restaurantes con el estilo Hibachi.

El estudio de la Demanda y Oferta nos ha permitido deducir la Demanda Potencial Insatisfecha, consecuentemente la misma refleja un consumo de 334.908 en el primer año y 402.326 para el quinto.

Con respecto al precio promedio de consumo para el expendio del producto y servicio, se manifiesta que existe un incremento del 46,38% en relación al costo unitario, mismo que se estableció en USD12,21. Por lo tanto la utilidad neta se muestra con un porcentaje del 28%. Este resultado exhibe datos reales, ya que se ha calculado basándonos en el estudio de mercado y a la respectiva indagación de precios. Para la introducción y promoción del producto se aplicarán estrategias de marketing y publicidad para así darnos a conocer dentro del mercado.

En cuanto a la fase técnica del proyecto, es importante mencionar aspectos como la localización de la planta; para la cual se analizó factores de manera objetiva, determinando la ubicación de la planta en sector de la González Suarez, al Norte de la ciudad de Quito. Al referir el tamaño óptimo de la planta, es trascendental enfocar su relación con la demanda potencial insatisfecha, determinándose así una capacidad de producción de 100.472 anualmente; esto representa el 30% de la Demanda Insatisfecha establecida en el estudio de mercado.

Otro aspecto igualmente básico, es la Ingeniería del Proyecto; mismo que engloba procedimientos lógicos y sistemáticos dentro de la obtención del producto final. Así dentro del mismo se describe la elaboración del producto, el proceso de producción y el requerimiento de recursos.

El Estudio Financiero del presente proyecto, expone primeramente los Costos Totales de Operación detallando sus elementos principales como materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, considerando además los gastos financieros. El monto de los costos y gastos en general ascienda a USD1.016.004,54 para el primer año. Otro

aspecto fundamental del análisis financiero, es la Inversión Total, la cual asciende a USD 425.833,65. De este total se estipula que el 82% se financiará con recursos propios de la empresa; habiendo un aporte de los socios de USD348.440,00. El 18% restante se financiará con la Corporación Financiera Nacional. El préstamo a realizar será entonces de USD77.393,65; mismo que será pagado en un plazo de 5 años con deuda amortizable, a una tasa del 12% de interés.

Para fijar el Punto de Equilibrio, se ha considerado los Costos Totales y el resultado de los Ingresos por Ventas. Dentro de su análisis se concluye que será necesario vender USD 329.296 de nuestro producto para obtener un ingreso de USD 1.846.942,52 necesarios para cubrir los costos correspondientes. En cuanto a los estados financieros se presenta el Estado de Resultados; el cual refleja una utilidad de USD 523.802,35 para el primer año. El Balance General por otro lado refleja la situación financiera de la empresa y su posición frente a sus pertenencias y obligaciones. El Flujo de fondos se presenta sus resultados los cuales nos servirán para analizar los criterios de rentabilidad del proyecto.

Finalmente se expone la Evaluación Financiera, la cual mediante la aplicación de criterios de rentabilidad nos ayudará a comprobar la efectividad de llevar a cabo el proyecto. Fundamentando lo dicho se expone que con una TMAR del 16,97% se obtiene un VAN de USD 2.267.651,32, el retorno de la inversión que establece la TIR se obtiene a una tasa de 192,27%. La Relación Costo Beneficio indica que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de USD 8,97. La recuperación de la inversión se presenta entre los seis meses del primero año; es decir antes de finalizar el horizonte de tiempo establecido.

EXECUTIVE SUMMARY

The completion of this project is based on determining the feasibility of creating a Japanese restaurant-style Hibachi in the city of Quito.

We know that nowadays the restaurants sector has great growth in the domestic market, with the advantage that our country has to develop conditions that foster this type of business within the food industry.

It is important to emphasize that in Quito there is a lack of competitiveness because they do not offer innovation and variety in products and services within the market segment relating to the area of restaurants, which is why the determination of demand on the exposed location, will allow to show that there is a potential market to which we can satisfy.

According to surveys, it was determined that 13% of the population under study, consume the product, and the 90% would be willing to consume this new product. To determine the demand has been considered the individual consumption, which related to the percentage of the survey, reflects a potential consumption of 1'081 008 annually.

In the analysis of the offer is clear that there is a small but marked number of competitors in the Japanese restaurants sector. The few companies that are positioned in the market innovate and diversify their products. In addition, our product in comparison with products on the market displays a competitive advantage because as a new company in the industry we can produce a different and innovated product with value added, making a difference with other Japanese style restaurants.

The study of supply and demand has allowed us to deduce the potential

demand was not yet satisfied, therefore it reflects a consumption of 334.908 in the first year and 402 326 for the fifth year.

Regarding to the average consumption for the product and service, it is stated that there is an increase of 46.38% compared to the unit cost, which has been settled in USD12, 21. Therefore, the net profit is shown at a rate of 28%. This result shows real data, since it has been calculated based on the study and the respective market price inquiry. For the introduction and promotion of the product is applied in marketing and advertising strategies in order to make ourselves known within the market.

As for the technical phase of the project is important to mention issues such as place location, for which factors were analyzed in an objective way, given the location of the project in Gonzalez Suarez sector, north of the city of Quito . By referring to the optimal size of the plant, it is crucial to focus their relationship with the potential demand unmet, thus determining a production capacity of 100 472 annually, this represents 30% of unmet demand established in the market survey.

Another aspect equally basic is the Engineering Project; which includes logical and systematic procedures in obtaining the final product. And also is well described within this phase, the production process and the requirement of resources.

The Financial Study of this project, states firstly the Total Operating Costs detailing its key elements as raw material, labor and manufacturing overhead costs, also considering the financial costs. The total amount of general costs and expenses rises to USD 1.016.004,54 for the first year. Another key aspect of financial analysis is the total amount of investment, which rises to USD 425,833.65. Of this total, provided that 82% will be financed with the company's own resources, having a contribution of partners of USD348.440,00. The remaining 18% will be financed by the

National Finance Corporation. The loan is then to make USD77.393, 65, same to be paid within five years with debt repayable at a rate of 12% interest.

To set the breakeven point has been considered the total costs and the outcome of the sales revenue. In this analysis concludes that it will be needed to sell a total of USD 329.296 of our product, to generate an income of USD 1.846.942,52 to cover the total costs. With regard to the financial statements presents the income statement, which reflects profits of USD 523.802,35 for the first year. The Balance Sheet on the other hand reflects the company's financial situation and its position in front of their possessions and obligations. The Cash Flow presents the results, which will serve to analyze the criteria of profitability.

Finally, we include with the financial evaluation, which based on the application of criteria of profitability will help us assess the effectiveness of implementing the project. Stating that with a MARR, Minimum Acceptable Rate of Return of 16.97% yields a NPV (Net Present Value) of USD 2.267.651,32, the return on investment provided the IRR (Internal Rate of Return) is obtained at a rate of 192,27%. Cost-benefit ratio indicates that for every dollar invested will yield a profit of USD 8,97. The payback occurs between the first six months of the year, before the end of the horizon of time of the project.