



# UNIVERSIDAD TÈCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÒMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÌA

TEMA: CREACIÒN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE  
OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÒN DEL TÌTULO DE  
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÌA

AUTORA: INLAGO CABASCANGO ELIZETH LIVIA

DIRECTOR: ING. MARCELO CRISTOBAL QUELAL LÓPEZ MSC.

Ibarra, 2018

## RESUMEN EJECUTIVO

El informe final de trabajo de grado ha sido desarrollado por medio de la recolección de información a través de técnicas: entrevistas, observación directa y la aplicación de herramientas como, por ejemplo: encuestas, fichas de observación y cuestionarios ejecutados a futuros posibles clientes, a la competencia directa y expertos en temas relacionado con el proyecto. Todo este proceso se ha consumado con la finalidad de concluir con posibles aspectos positivos y negativos que intervengan en la creación del proyecto. Con esta breve introducción podemos manifestar que la ciudad de Otavalo ubicada al norte del país es una zona de gran concentración comercial cabe recalcar que los sábados y domingos se convierte en una ciudad colorida, muchos artesanos salen a ofertar sus artesanías confeccionados por sus propias manos en las calles del centro de la ciudad y en la Internacionalmente conocida Plaza de Ponchos. El turismo ha sido una de las actividades económicas que en los últimos años ha ayudado en la dinamización del cantón debido a que Otavalo tiene una gran riqueza natural, llena de costumbres, tradiciones y espiritualidad única. El proyecto de la **CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**, tiene como objetivo introducir al mercado un servicio de comida saludable, diferente y exótica. A la vez pretendemos fomentar el emprendimiento en la población, aprovechando los recursos que tenemos a disposición. Por otro lado, es importante mencionar que este proyecto beneficiará directamente al autor y a la ciudad de Otavalo contribuyendo de esta manera a dinamizar el turismo mediante la oferta de un servicio gastronómico variado. El sushi bar se especializará en ofertar un plato tradicional japonés.

## **ABSTRACT**

The final report of the degree work has been developed through the collection of information through techniques: interviews, direct observation and the application of tools such as: surveys, observation forms and questionnaires executed to prospective clients, to the Direct competition and experts in topics related to the project. All this process has been completed in order to conclude with possible positive and negative aspects involved in the creation of the project. With this brief introduction we can state that the city of Otavalo located in the north of the country is an area of great commercial concentration should be noted that on Saturdays and Sundays it becomes a colorful city, many craftsmen come out to offer their handicrafts made by their own hands in the streets of the city center and the Internationally known Plaza de Ponchos. Tourism has been one of the economic activities that in recent years has helped in the revitalization of the canton because Otavalo has a great natural wealth, full of customs, traditions and unique spirituality. The project of the **CREATION OF A SUSHI BAR IN THE CITY OF OTAVALO, PROVINCE OF IMBABURA**, aims to introduce to the market a healthy, different and exotic food service. At the same time we intend to promote entrepreneurship in the population, taking advantage of the resources we have available. On the other hand it is important to mention that this project will directly benefit the author and the city of Otavalo thus contributing to boost tourism through the offer of a varied gastronomic service. The sushi bar will specialize in offering a traditional Japanese dish.

## AUTORÍA

El contenido expuesto en el presente informe de trabajo de fin de carrea, son exclusivamente de mi autoría y los resultados de la investigación, mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional, todos los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta se ha hecho constar las citas bibliográficas.



ELIZETH LIVIA INLAGO CABASCANGO

CCI: 1726579913

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas INLAGO CABASCANGO ELIZETH LIVIA, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de febrero del 2018.



Firma

ING. MARCELO CRISTOBAL QUELAL LOPEZ MSC.

C.I. 1001453503

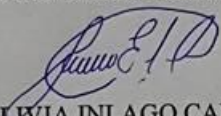


## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Elizeth Livia Inlago Cabascango con cédula de ciudadanía Nro. 172657991-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

  
ELIZETH LIVIA INLAGO CABASCANGO

172657991-3

Ibarra, a los 26 días del mes de febrero del 2018



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172657991-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Elizeth Livia Inlago Cabascango		
DIRECCIÓN:	Cantón Pedro Moncayo, Parroquia Tupigachi		
EMAIL:	<a href="mailto:elinlagoc@utn.edu.ec">elinlagoc@utn.edu.ec</a>		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0968179467
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTORES:	Elizeth Livia Inlago Cabascango		
FECHA:	26 de febrero de 2018		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			

PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	ING. MARCELO CRISTOBAL QUELAL LOPEZ MSC.

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Elizeth Livia Inlago Cabascango con cédula de ciudadanía Nro. 1726579913, con cédula de en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de febrero del 2018

LA AUTORA:

  
Elizeth Livia Inlago Cabascango

172657991-3



## DEDICATORIA

### *A mi madre Esther*

Por su apoyo incondicional, por sus consejos, por las palabras de motivación constante durante mi formación misma que me ha permitido ser una persona de bien y alcanzar mis propósitos sobre todo por su inmenso amor en cualquier circunstancia en la que me encontraba.

### *A mi padre Segundo*

Por todo el ejemplo de vida que me ha mostrado, por la perseverancia que siempre lo ha caracterizado y me ha inculcado durante mi formación académica y como ser humano. Por mostrarme el valor de la vida y ponerme en el camino correcto para poder salir adelante y por todo el cariño que demostrado por mí.

### *A mi hermana Diana*

Por estar conmigo siempre, por compartir buenos y malos momentos.

Elizeth Livia Inlago Cabascango

## **AGRADECIMIENTOS**

En primera instancia doy gracias a nuestro creador, por la vida, por la salud que me ha brindado para poder culminar este reto, que fue la universidad. Gracias a mis profesores por sus enseñanzas a todos los que contribuyeron y ayudaron para que este objetivo se haga realidad. Queda como resultado el presente trabajo que perdurará en el tiempo para el desarrollo de las demás generaciones. Finalmente agradezco a mis familiares por su apoyo moral y económico incondicional.

Elizeth Livia Inlago Cabascango

## **PRESENTACIÓN**

El trabajo final previo a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA, que lleva el título de: **“CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** está compuesta por los siguientes capítulos:

**CAPITULO I DIAGNÓSTICO INICIAL:** este capítulo hace referencia al estudio del entorno de la ciudad de Otavalo, mediante el análisis de factores políticos, económicos, socio cultural y ambiental con el objeto de concluir con aspectos negativos y positivos que influenciarán en el proceso de creación del emprendimiento.

**CAPITULO II MARCO TEÓRICO:** en este capítulo se desarrollará la base teórica, científica del tema, por medio de investigación documental, bibliografías y páginas web mismas que permita sustentar la idea principal del proyecto.

**CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO:** se desarrollará un estudio de mercado en la ciudad donde se pretende implantar el proyecto para lo cual se hará uso de instrumentos de investigación, los mismos que me permitirá obtener información relevante y realizar un análisis con relación al comportamiento del mercado, la oferta y la demanda.

**CAPITULO IV PLAN DE NEGOCIOS:** en este capítulo abarcará 4 partes fundamentales en la creación del proyecto se iniciará con una presentación del proyecto, seguidamente el plan de marketing en el cual se analizará aspectos que nos permitan introducir nuestro servicio al mercado Otavaleño, en el plan operativo se examinará los recursos y la infraestructura necesarias para iniciar las operaciones, a continuación presentaremos un diseño organizacional en cual explicaremos el organigrama estructural del emprendimiento, la estructura legal y finalmente

tenemos el plan financiero que es el análisis financiero y económico del proyecto mismo que ayudará a evidenciar el nivel de rentabilidad y en qué tiempo se puede recuperar la inversión total.

Una vez desarrollado cada uno de los capítulos se obtendrá conclusiones y recomendaciones que han abordado todo el trabajo.

## INDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	II
ABSTRACT.....	III
DEDICATORIA .....	IX
AGRADECIMIENTOS .....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
INDICE .....	XIII
INDICE DE TABLA .....	XX
INDICE DE GRÁFICOS .....	XXIII
OBJETIVOS .....	1
Objetivo General.....	1
Objetivo específicos.....	1
CAPITULO I .....	2
1. Diagnóstico situacional.....	2
1.1 Antecedentes .....	2
1.2 Objetivo general y específico.....	4
1.2.1 Objetivo general.....	4
1.2.2. Objetivos específicos .....	4
1.3. Variables de diagnóstico .....	4
1.4 Indicadores .....	5
1.5 Análisis de variables de diagnóstico .....	7
1.5.1 Político- Legal.....	7
1.5.1.1. Constitución de la República del Ecuador .....	7
1.5.1.2 Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021 .....	8
1.5.1.3 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión.....	9
1.5.1.4 Ley de Economía Popular y Solidaria.....	9
1.5.1.5 Ley Orgánico de Defensa del Consumidor .....	10
1.5.1.6 Ordenanza de evaluación de impacto ambiental para la industria, el comercio, transporte, obra civil, telecomunicaciones, de servicio, entre otras actividades productivas. ....	11
1.5.2 Económico .....	11
1.5.2.1 Situación Económica del Ecuador .....	11
1.5.2.2 Población Económicamente Activa de Otavalo .....	13

1.5.2.3 Actividades económicas del Cantón Otavalo.....	14
1.5.2.4 Participación de la Población Económicamente Activa en los Sectores Productivos de Cantón Otavalo. ....	15
1.5.2.5 Nivel de Ingresos .....	16
1.5.2.6 Fuentes de Financiamiento.....	18
1.5.2.7 Número Turistas en la Ciudad .....	19
1.5.3 Socio – Cultural .....	20
1.5.3.1 Población Actual.....	20
1.5.3.2 Educación.....	21
1.5.3.3 Analfabetismo .....	21
1.5.3.4 Acceso a los servicios básicos .....	22
1.5.3.5 Etnia.....	23
1.5.3.6 Tradiciones y costumbres.....	24
1.5.3.7 Hábitos Alimenticios.....	25
1.5.4 Tecnológico.....	26
1.5.4.1 Equipos y Maquinarias.....	26
1.5.4.2 Innovación de la Cocina.....	27
1.6 Matriz de Oportunidades y Amenazas .....	27
1.7 Determinación de la oportunidad de la Inversión. ....	31
CAPITULO II.....	33
2 MARCO TEORICO.....	33
2.1 Fundamentación Teórica del Sushi .....	33
2.1.1 Origen del Sushi.....	33
2.1 Que es Sushi.....	34
2.1.2 Principales ingredientes del Sushi.....	34
2.1.3 Variedad de Sushi .....	36
2.1.3.1 Nigiri-sushi .....	36
2.1.3.2 Uramakis .....	36
2.1.3.3 Norimaki-sushi.....	36
2.1.3.4 Temakis.....	36
2.1.4. Elaboración del Sushi.....	37
2.1.5 Materiales y Utensilios.....	37
2.1.6. Servicios de Comida .....	38
2.1.7 Turismo .....	39
2.1.7.1 Clasificación del Turismo .....	39

2.2 Plan de Negocio .....	40
2.2.1 Tipos de planes de negocios.....	40
2.2.1.1 Plan de negocios para empresas en marcha .....	40
2.2.1.2 Plan de negocios para nuevas empresas.....	40
2.2.1.3 Plan de negocios para inversionistas.....	40
2.2.1.4 Plan de negocios para administradores .....	41
2.2.2 Estructura de un plan de negocios.....	41
2.2.3 Estudio de Mercado .....	41
2.2.3.1 Demanda .....	41
2.2.3.2. Oferta .....	42
2.2.4 Marketing Mix .....	42
2.2.4.1 Estrategias Marketing .....	42
2.2.4.2 Estrategias para el producto .....	42
2.2.4.3 Estrategia para el precio.....	43
2.2.4.4 Estrategias para la plaza o distribución.....	43
2.2.5.5 Estrategias para la promoción.....	44
2.2.5 Plan Técnico.....	44
2.2.5.1 Tamaño del proyecto.....	45
2.2.6 Diseño Organizacional.....	45
2.2.6.1 Estructura Jurídica para la constitución .....	46
2.2.6.2 Cargos y Funciones.....	46
2.2.7 Plan Financiero .....	47
2.2.7.1 Activos Fijos .....	47
2.2.7.2 Activos Intangible.....	48
2.2.7.3 Capital de Trabajo.....	48
2.2.7.4 Presupuesto de Ingresos .....	48
2.2.7.5 Presupuesto de Egresos.....	49
2.2.7.6Flujo de Efectivo.....	49
2.2.7.7 Balance General .....	49
2.2.7.8Estado de Ganancias y Pérdidas.....	50
2.2.7.9 Evaluación financiera.....	50
2.2.7.10 Contabilidad financiera .....	50
2.2.7.11. Contabilidad de costos .....	51
2.2.7.12 Periodo de recuperación de la Inversión .....	51
2.2.7.13 El Retorno Sobre la Inversión .....	51

2.2.7.14	Valor Actual Neto VAN .....	51
2.2.7.15	Tasa Interna de Retorno TIR.....	52
2.2.7.16	Punto de equilibrio .....	52
2.2.8	Naturaleza del negocio.....	52
3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	53
3.1.1	Objetivos del estudio de mercado .....	54
3.1.2	Objetivo General .....	54
3.1.3	Objetivo específicos .....	54
3.2	Variables e Indicadores.....	55
3.3	Determinación de la población de estudio .....	58
3.3.1	Definición y tamaño de la muestra .....	59
3.4	Indicadores de las variables. ....	61
3.4.1	Rivalidades de competidores actuales.....	61
3.4.1.2	Número de competidores .....	61
3.4.1.2	Estructura de costos .....	62
3.4.1.3	Influencia del líder .....	62
3.4.2	Productos sustitutos.....	63
3.4.2.1	Tendencia del consumidor para sustituir.....	65
3.4.2.2.	Costo o facilidad del comprador .....	66
3.4.2.3	Calidad del sustituto.....	67
3.4.2.4	Acceso a tecnología .....	67
3.4.3	Proveedores.....	68
3.4.3.1	Número de proveedores en el sector .....	68
3.4.4	Compradores .....	68
3.4.4.1	Concentración de compradores.....	68
3.6	Análisis de Oferta .....	69
3.6.1	Ubicación de locales que ofertan .....	69
3.6.2	Ventaja competitiva .....	69
3.6.3	Estimación Volumen de la Oferta.....	70
3.6.3.1	Proyección de la Oferta.....	71
3.7	Análisis de la Demanda .....	72
3.7.1	Tipo de Restaurante preferido.....	72
3.7.2	Característica deseada del producto.....	73
3.7.3	Frecuencia de Visita.....	74
3.7.4	Ubicación del restaurante.....	75



3.7.5 Demanda potencial.....	76
3.7. 5.1 Proyección de la demanda.....	77
3.7.5.2 Balance de Oferta y Demanda .....	78
3.7.5.4 Proyección Oferta y demanda .....	78
3.7.6 Frecuencia de consumo .....	82
3.7 Nombre, logo y Slogan .....	83
3.8.1 Presentación del Plato .....	85
3.8.2 Determinación del precio .....	86
3.8.3 Estrategias de comunicación.....	87
Análisis del Estudio de Mercado .....	88
CAPITULO IV.....	90
4. PLAN DE NEGOCIO.....	90
4.1 Presentación de la empresa .....	90
4.1.1 Introducción .....	90
4.1.2 Nombre de la empresa.....	91
4.1.3 Descripción de la empresa .....	91
4.1.4 Misión y Visión de la microempresa .....	92
4.1.4.1 Misión .....	92
4.1.4.2 Visión.....	92
4.1.5 Objetivos de la microempresa.....	93
4.1.5.1 Corto Plazo.....	93
4.1.5.2 Mediano plazo.....	93
4.1.5.3 Objetivos a largo plazo .....	93
4.1.6 Ventajas competitivas del negocio.....	94
4.2 Plan de Marketing .....	95
4.2.1 Análisis del mercado .....	95
4.2.1.1 Clientes .....	96
4.2.1.2 Tendencia de la oferta .....	96
4.2.1.3 Tendencia de la demanda .....	97
4.2.1.4 Ambiente Competitivo .....	97
4.2.1.5 Proveedores.....	98
4.2.2 Estrategia de mercadotecnia.....	98
4.2.2.1 Segmento del Mercado.....	99
4.2.2.1.1 Geográfico.....	100

4.2.2.2 Demográfica.....	100
4.2.2.4 Características del Segmento del Mercado .....	101
4.2.3 El Servicio.....	101
4.2.3.1 Características del producto .....	102
4.2.3.2 Logo .....	104
4.2.3.3 Eslogan.....	104
4.2.3.4 Beneficios que el producto brinda al consumidor .....	105
4.2.3.5 Diferencia entre el producto y la competencia.....	105
4.2.4 El precio .....	106
4.2.4.1 Determinación del costo del producto o servicio .....	106
4.2.4.2 Materia Prima directa.....	107
4.2.4.3 Mano de Obra directa.....	110
4.2.4.4 Costos Indirectos de Fabricación .....	110
4.2.4.5 Materia prima indirecta.....	110
4.2.4.5 Calculo del precio y/o lista de precios. ....	111
4.2.5 Distribución.....	113
4.2.5. 1 Cobertura del Servicio. ....	113
4.2.5.2 Descripción fundamentada de la ubicación y punto de venta .....	113
4.2.5.3 Diseño de los sistemas de distribución.....	114
4.2.5.4 Diseño de los sistemas de ventas. ....	114
4.2.6 El Plan de comunicación.....	115
4.2.6.1 Mensajes publicitarios.....	115
4.2.6.2 Plan de Medios.....	115
4.2.7 Presupuesto del Plan de Mercadeo.....	116
4.3 Plan de producción.....	117
4.3.1 Capacidad instalada.....	117
4.3.2 Descripción del proceso de producción .....	118
4.3.3 Infraestructura necesaria .....	123
4.3.4 Características de la tecnología.....	124
4.3.6 Materiales e insumos.....	126
4.3.7 Recursos humanos.....	128
4.3.8 Programa pre operativo de producción .....	129
4.4 Diseño Organizacional .....	130
4.4.1 Estructura legal del negocio .....	130
4.4.2 Organigrama orgánico funcional .....	130

4.4.3 Funciones por puesto .....	131
4.4.5 Aspectos legales de funcionamiento .....	139
4.4.6 Régimen tributario .....	141
4.5 Plan Financiero .....	143
4.5.1 Inversión inicial .....	144
4.5.1.1 Activos Fijos .....	144
4.5.1.2 Activos Diferidos .....	145
4.5.1.3 Capital el trabajo .....	145
4.5.2 Modelo de financiamiento .....	147
4.5.2.1 Amortización.....	148
4.5.2.2 Pago de Intereses.....	150
4.5.2.3 Pago de capital .....	150
4.5.3 Proyección de las ventas .....	150
4.5.4 Proyección de costos y gastos .....	151
4.5.4.1 Proyección de costos.....	151
4.5.5 Estados financieros .....	155
4.5.5.1 Estado de Situación Financiera .....	156
4.5.5.2 Estados de Pérdida y ganancias .....	158
4.5.6. Flujo de caja proyectado .....	159
4.5.7 Evaluación económica y financiera .....	160
4.5.7.1 VAN, TIR, .....	161
4.5.7.2Análisis Beneficio-Costo B/C.....	162
4.5.7.3 Período de recuperación de la inversión .....	162
4.5.7.4 Punto de equilibrio .....	163
4.5.8 Análisis de sensibilidad y riesgos .....	165
CONCLUSIONES .....	167
RECOMENDACIONES .....	169
REFERENCIAS.....	170
ANEXOS 1 .....	174
PROFORMA 1.....	189

## INDICE DE TABLA

<b>Tabla 1</b>	Indicadores de las Variables .....	5
<b>Tabla 2</b>	Matriz de Situación diagnóstica .....	6
<b>Tabla 3</b>	Principales Actividades Económicas y el PEA .....	15
<b>Tabla 4</b>	Entidades Financieras del Cantón .....	18
<b>Tabla 5</b>	Población del Cantón Otavalo por parroquias. ....	20
<b>Tabla 6</b>	Valoración de la matriz .....	28
<b>Tabla 7</b>	Matriz de Valoración de Oportunidad y Amenazas .....	29
<b>Tabla 8</b>	Elaboración de la Matriz: Oportunidades y Amenazas .....	31
<b>Tabla 9</b>	Ingredientes del sushi .....	34
<b>Tabla 10</b>	Variables e Indicadores del Estudio de Mercado .....	55
<b>Tabla 11</b>	Matriz de relación de Estudio de Mercado .....	56
<b>Tabla 12</b>	Proyección de la Población Económicamente Activa .....	58
<b>Tabla 13</b>	Conformación de la población .....	59
<b>Tabla 14</b>	Simbología de la muestra .....	60
<b>Tabla 15</b>	Distribución de la aplicación de encuestas .....	60
<b>Tabla 16</b>	Número de competidores .....	61
<b>Tabla 17</b>	Precios al público del producto .....	62
<b>Tabla 18</b>	Servicios de Alimentación en Otavalo .....	63
<b>Tabla 19</b>	Tendencias del consumidor .....	65
<b>Tabla 20</b>	Costo de los productos sustitutos .....	66
<b>Tabla 21</b>	Proyección de la oferta .....	72
<b>Tabla 22</b>	Tipos de restaurante que frecuenta .....	72
<b>Tabla 23</b>	Características deseadas del producto .....	73
<b>Tabla 24</b>	Frecuencia de los comensales .....	74
<b>Tabla 25</b>	Preferencia de ubicación .....	75
<b>Tabla 26</b>	Total de demanda de Consumo .....	77
<b>Tabla 27</b>	Proyección de la demanda .....	78
<b>Tabla 28</b>	Balance de Oferta y Demanda .....	78
<b>Tabla 29</b>	Proyección Balance Oferta/Demanda .....	78
<b>Tabla 30</b>	Consumo de Sushi .....	79
<b>Tabla 31</b>	Aceptación de la creación de un local de Sushi .....	80

<b>Tabla 32</b> Preferencia de Horario .....	81
<b>Tabla 33</b> Frecuencia de consumo .....	82
<b>Tabla 34</b> Preferencia de nombres .....	83
<b>Tabla 35</b> Preferencia de Slogan.....	84
<b>Tabla 36</b> Estilo del plato .....	85
<b>Tabla 37</b> Aceptación de precio.....	86
<b>Tabla 38</b> Medios para comunicar .....	87
<b>Tabla 39</b> Principales Platos.....	102
<b>Tabla 40</b> Cuadro comparativo del servicio con la competencia.....	105
<b>Tabla 41</b> Ingredientes para producir platillo Individual.....	107
<b>Tabla 42</b> Ingredientes para la producción platillo Bonsái Dúo .....	108
<b>Tabla 43</b> Ingredientes para la producción platillo Bonsái Familiar .....	109
<b>Tabla 44</b> Mano de Obra directa.....	110
<b>Tabla 45</b> Costos Indirectos de Fabricación .....	110
<b>Tabla 46</b> Materia Prima Indirecta .....	110
<b>Tabla 47</b> Precio del platillo Individual.....	111
<b>Tabla 48</b> Precio del Platillo Bonsái Dúo .....	112
<b>Tabla 49</b> Precio del platillo Bonsái Familiar.....	112
<b>Tabla 50</b> Presupuesto de Plan de Mercadeo.....	116
<b>Tabla 51</b> Capacidad instalada de Sushi Otavalo .....	117
<b>Tabla 52</b> Capacidad mensual y anual.....	118
<b>Tabla 53</b> Simbología de Flujograma de procesos .....	119
<b>Tabla 54</b> Requerimiento de Equipos de computación.....	124
<b>Tabla 55</b> Requerimiento de Equipos de Oficina .....	125
<b>Tabla 56</b> Requerimiento de Muebles y Enseres .....	125
<b>Tabla 57</b> Requerimiento de Equipos y Maquinaria.....	125
<b>Tabla 58</b> Requerimientos de Menaje y Utilería .....	126
<b>Tabla 59</b> Materia prima directa .....	127
<b>Tabla 60</b> Materia prima indirecta.....	127
<b>Tabla 61</b> Requerimiento de Talento Humano .....	128
<b>Tabla 62</b> Programa pre operativo de producción .....	129
<b>Tabla 63</b> Funciones del Gerente.....	135

<b>Tabla 64</b> Funciones del Chef.....	136
<b>Tabla 65</b> Funciones del Contador .....	137
<b>Tabla 66</b> Funciones del Mesero .....	138
<b>Tabla 67</b> Fechas de declaración mensual IVA 2018.....	142
<b>Tabla 68</b> Fechas de declaración de Impuesto a la Renta.....	143
<b>Tabla 69</b> Activos depreciables .....	144
<b>Tabla 70</b> Gastos de constitución .....	145
<b>Tabla 71</b> Capital de Trabajo.....	146
<b>Tabla 72</b> Estructura de financiamiento .....	147
<b>Tabla 73</b> Tabla de amortización.....	148
<b>Tabla 74</b> Pago de intereses en 3 años.....	150
<b>Tabla 75</b> Pago de Capital .....	150
<b>Tabla 76</b> Proyección de ventas.....	151
<b>Tabla 77</b> Materia prima para la producción mensual.....	152
<b>Tabla 78</b> Proyección de materia prima.....	153
<b>Tabla 79</b> Vida útil de depreciación .....	154
<b>Tabla 80</b> Calculo de depreciación.....	154
<b>Tabla 81</b> Costos Indirectos.....	154
<b>Tabla 82</b> Costos de Materia Prima Indirecta.....	155
<b>Tabla 83</b> Proyección de Costos y Gastos .....	155
<b>Tabla 84</b> Estado de situación Financiera Sushi Otavalo .....	156
<b>Tabla 85</b> Estado de resultado mes 1 .....	157
<b>Tabla 86</b> Estados de pérdidas y ganancias proyectadas .....	158
<b>Tabla 87</b> Flujo de caja proyecta .....	159
<b>Tabla 88</b> Datos para la evaluación financiera .....	160
<b>Tabla 89</b> Proyecciones de valor actual.....	161
<b>Tabla 90</b> Análisis Beneficio-Costo B/C.....	162
<b>Tabla 91</b> Periodo de la recuperación de la inversión .....	162
<b>Tabla 92</b> Punto de equilibrio .....	164
<b>Tabla 93</b> Análisis de sensibilidad.....	166

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Figura 1</b> Distribución de la Población Activa Provincial .....	13
<b>Figura 2</b> Actividades Económicas .....	14
<b>Figura 3</b> Población con remuneración .....	17
<b>Figura 4</b> Analfabetismo por sexo en el área rural y urbano .....	22
<b>Figura 5</b> Tipo de restaurantes.....	65
<b>Figura 6</b> Tipo de restaurante que frecuentan.....	73
<b>Figura 7</b> Características deseadas del producto .....	74
<b>Figura 8</b> Frecuencia de los comensales.....	75
<b>Figura 9</b> Preferencia de ubicación.....	76
<b>Figura 10</b> Consumo de Sushi .....	79
<b>Figura 11</b> Aceptación de la creación de un local de Sushi.....	80
<b>Figura 12</b> Preferencia de Horario.....	81
<b>Figura 13</b> Frecuencia de consumo .....	82
<b>Figura 14</b> Preferencia de nombres .....	83
<b>Figura 15</b> Preferencia de Eslogan .....	84
<b>Figura 16</b> Estilo del plato.....	85
<b>Figura 17</b> Aceptación de precio .....	86
<b>Figura 18</b> Medios para comunicar .....	87
<b>Figura 19</b> Logotipo oficial de Sushi Otavalo .....	104
<b>Figura 20</b> Proceso del Producto .....	120
<b>Figura 21</b> Proceso del Servicio .....	121
<b>Figura 22</b> Flujo operativo de la preparación del sushi .....	122
<b>Figura 23</b> Diseño final de las Instalaciones de Sushi Otavalo .....	123
<b>Figura 24</b> Organigrama Funcional de Sushi Otavalo.....	130
<b>Figura 25</b> Punto de equilibrio .....	165

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

- ✓ Crear un Sushi Bar en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura

### **Objetivo específicos**

- ✓ Realizar el diagnóstico inicial de la situación actual de Otavalo, para la creación de un sushi bar en la ciudad de Otavalo.
- ✓ Determinar los referentes teóricos que sustentan técnicamente la creación del proyecto.
- ✓ Desarrollar el estudio de mercado, con la finalidad de analizar la aceptación de la creación de un sushi bar en la ciudad de Otavalo.
- ✓ Elaborar un plan de negocio para la correcta asignación de recursos que permitirá entrar en operaciones el emprendimiento.



# CAPITULO I

## 1. Diagnóstico situacional

### 1.1 Antecedentes

El Ecuador está ubicado en la línea equinoccial, limita con el Perú y Colombia, la extensión territorial según el instituto Geográfico Militar es de 256,370  $km^2$ , geográficamente está conformado por 24 provincias. Para efectos del presente trabajo, se pondrá énfasis en la provincia de Imbabura misma que se encuentra conformada por 6 cantones que son: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro, San Miguel de Chuchuí, de los seis cantones mencionados sobresale uno en particular, Otavalo donde se pretende implantar el presente proyecto (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo , 2011).

El Valle del Amanecer está ubicada a 110 km de la ciudad de Quito capital del Ecuador en el norte del país. Ha sido declarada como “Capital Intercultural del Ecuador”, reconocido como un ente potencialmente turístico, por su diversidad de atractivos donde los visitantes optan por conocer y experimentar nuevas actividades. Uno de los atractivos turísticos más visitados es la Plaza de Ponchos por la venta de tejidos y artesanías de todo tipo a precios accesibles para el turista. (Gad. Municipal del Canton de Otavalo, 2016)

El seno de esta ciudad diariamente tiene una gran concentración comercial llena de exóticos colores, sonidos y olores originando un sentido de armonía en los visitantes. Todos los fines de semana, varios productores y comerciantes salen a ofertar sus artesanías, tejidos, creaciones hechos a mano por los residentes de la ciudad (Herrera, 2014).

La ciudad de Otavalo alberga cada año un promedio de 200,000 visitantes que en su gran mayoría son extranjeros con una representación del 67%, y un importante grupo son turistas nacionales con el 33% que vienen desde distintos lugares de nuestro país según manifiesta Cevallos (2011), por otro lado en el campo de la gastronomía y alojamiento se puede manifestar que la ciudad ofrece variadas opciones de restaurantes y hoteles, los precios varían de acuerdo al servicio. Esta situación ha ayudado a dinamizar económicamente al sector hotelero, gastronómico, transportes entre otros (Urwin, 2016).

Los sitios gastronómicos ubicados en el centro de la ciudad han sido un factor muy importante para el turismo local y nacional debido a que son lugares donde se puede deleitar platillos únicos y exquisitos. Un estudio ejecutado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo sobre los establecimientos de comida en el área urbana ha señalado que la ciudad cuenta con 46 establecimiento de comida, mismos que ofrecen variadas opciones desde crepes hasta platos gourmet y los infaltables platillos tradicionales.

Debido al surgimiento de nuevas tendencias alimenticias y comensales con gustos, preferencias diferentes a las comidas tradicionales. El área gastronómico se ha visto comprometido a crear servicios adaptando a la nueva realidad, originando así el desarrollo de nuevos conceptos en el sector gastronómico como son: restaurantes light, sushi bar, restaurantes vegetarianos, temáticos entre otros (Torres, 2015).

Sin embargo, podemos determinar, que en la ciudad de Otavalo no existe una oferta de comida exótica específicamente sushi por tal razón se puede mencionar que existe una oportunidad para emprender el presente proyecto con la finalidad de brindar una variedad gastronómica asiática a la población de Otavalo y turistas tanto extranjeros como nacionales. Por tal motivo se ha visto

necesario realizar una investigación con el objetivo de recolectar información en cuanto a los siguientes aspectos: político-legal, socio cultural, económico y tecnológico de la ciudad de Otavalo, mismo que nos servirán para determinar posibles aspectos favorables y desfavorables para la ejecución del presente proyecto.

## **1.2 Objetivo general y específico**

### **1.2.1 Objetivo general**

Desarrollar el diagnóstico situacional en la ciudad de Otavalo con la finalidad de identificar los posibles aspectos favorables y desfavorables para la creación de un local de sushi.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Estudiar la influencia del aspecto político legal en el sector gastronómico de la ciudad de Otavalo.
- Evaluar la situación económica de los sectores que intervienen en el desarrollo del proyecto.
- Analizar la influencia del aspecto socio-cultural en la comercialización de sushi en la ciudad de Otavalo.
- Identificar la tecnología que contribuirá en el proceso de la elaboración del sushi.

## **1.3. Variables de diagnóstico**

Una variable es una característica que es susceptible a cambios, las variables a ser tomadas como referencia serán las siguientes:

- Político Legal

- Socio-Cultural
- Económico
- Tecnológico

## 1.4 Indicadores

Un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos o información que sirve para medir una variable. Las variables por analizar se encuentran con sus respectivos indicadores a continuación:

**Tabla 1** *Indicadores de las Variables*

VARIABLES	INDICADORES
<b>Político- Legal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Constitución de la República del Ecuador</li> <li>2. Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021</li> <li>3. Ley de Economía Popular y solidaria</li> <li>4. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión</li> <li>5. Ley de Consumidor</li> </ol>
<b>Económico</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Situación económica del país</li> <li>2. Población Económicamente Activa</li> <li>3. Actividades económicas</li> <li>4. Participación del PEA en las actividades económicas.</li> <li>5. Nivel de ingresos</li> <li>6. Número de Turistas</li> <li>7. Fuentes de Financiamientos</li> </ol>
<b>Socio Cultural</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Educación</li> <li>2. Analfabetismo</li> <li>3. Acceso a los servicios básicos</li> <li>4. Etnia</li> <li>5. Tradiciones y costumbres</li> <li>6. Hábitos Alimenticios</li> </ol>
<b>Tecnológico</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Equipos y maquinarias</li> <li>2. Innovación en la gastronomía</li> </ol>

---

Elaborado por: La autora  
 Año: 2017

**Tabla 2 Matriz de Situación diagnóstica**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudiar la influencia del aspecto político-legal en el sector gastronómico de la ciudad de Otavalo.</li> </ul>	Político- Legal	<ol style="list-style-type: none"> <li>Constitución de la República del Ecuador</li> <li>Plan Nacional del Buen Vivir</li> <li>Ley de Economía Popular y solidaria</li> <li>Orgánico de la Producción Comercio e Inversión</li> <li>Ley de Consumidor</li> <li>Ordenanza de evaluación de impacto ambiental para la industria, el comercio, transporte, obra civil, telecomunicaciones, de servicio, entre otras Actividades productivas</li> </ol>	Entrevista- Investigación documental	<p>Experto Político</p> <p>Página web de Asamblea Nacional del Ecuador.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluar la situación económica de los sectores que intervienen en el desarrollo del proyecto.</li> </ul>	Económico	<ol style="list-style-type: none"> <li>Situación económico nacional</li> <li>Población Económicamente Activa del cantón Otavalo</li> <li>Actividades económicas del cantón Otavalo.</li> <li>Participación del PEA en las actividades económicas.</li> <li>Nivel de ingresos</li> <li>Fuentes de Financiamiento</li> </ol>	Investigación documental	<p>Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo- Provincia Imbabura 2015</p> <p>Página web de GAD de Municipio de Otavalo</p> <p>Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, 2011.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar la influencia del aspecto socio-cultural en la producción de sushi en la ciudad de Otavalo.</li> </ul>	Socio-Cultural	<ol style="list-style-type: none"> <li>Población Actual</li> <li>Densidad Poblacional</li> <li>Educación</li> <li>Analfabetismo</li> <li>Acceso a los servicios básicos</li> <li>Etnia</li> <li>Tradiciones y costumbres</li> <li>Hábitos Alimenticios</li> <li>Números de turistas que visitan el cantón</li> </ol>	Investigación documental	<p>Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo- Provincia Imbabura 2015</p> <p>Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, 2011.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar la tecnología que contribuirá en el proceso de elaboración del producto.</li> </ul>	Tecnológico	<ol style="list-style-type: none"> <li>Equipos y maquinarias</li> <li>Innovación en la cocina.</li> </ol>	Investigación documental	Páginas web

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

## **1.5 Análisis de variables de diagnóstico**

### **1.5.1 Político- Legal**

En cuanto al aspecto político legal se analizará la normativa vigente que ampara la creación de nuevas unidades productivas, condiciones y requisitos para el ingreso al mercado. Para este análisis se ha ejecutado una entrevista a la Asambleísta Provincial Verónica Gallardo quien ha manifestado desde su punto de vista aspectos que presentaremos a continuación.

#### **1.5.1.1. Constitución de la República del Ecuador**

Construir una sociedad más justa y equitativa es el reto principal del gobierno central así lo manifiesta la Asambleísta Provincial Gallardo (2017), el marco constitucional reconoce, además legitima las acciones y experiencias solidarias de hacer economía y ha establecido condiciones necesarias para propiciar la construcción de un nuevo sistema social. Basado no solamente en el crecimiento económico a toda costa sino acorde a la realidad de nuestros sectores sociales y sus prácticas ancestrales.

Por ende la constitución de la República del Ecuador expresa en el artículo 283 que el sistema económico social solidario denomina al ser humano como sujeto que fomenta una relación dinámica justa entre el estado, mercado y la sociedad en armonía con la naturaleza, donde el sistema económico deberá estar conformada por una economía pública, mixta, popular solidaria, y otras entidades que se encuentran establecidos en la carta magna vigente (Asamblea Nacional del Ecuador , 2008).

El marco constitucional ecuatoriano fomenta la productividad y competitividad de la matriz productiva por ello, se ha puesto en consideración que los principales actores de la economía popular y solidaria pueden ser los protagonistas del cambio para el crecimiento económico. Por ello se considera que aporta de manera positiva a la ejecución del proyecto de acuerdo a la normativa legal, puesto que incentiva a producir más, mejor, y generar un valor adicional garantizando y apoyando la igualdad social.

### **1.5.1.2 Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021**

El Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021 (2017) en su objetivo 5 expresa: promover la productividad en los diferentes sectores sociales, fortalecer el crecimiento económico sustentable de manera equitativa manifestada por la necesidad de aumentar los niveles de competitividad para el desarrollo sostenible, redistributiva y solidaria con la finalidad de dar solución a las grandes inequidades en la sociedad.

Asimismo tomar en cuenta el criterio territorial para incluir propuestas de valor sectorial que depende de cada uno de los sectores sociales. Con la intención de desarrollar mayores capacidades productivas pero con sostenibilidad ambiental encaminando al mejoramiento y cambio de la matriz productiva convirtiéndonos de un modelo primario exportador a un modelo que añade valor, así lo expresó la Asambleaísta (Gallardo, 2017).

El cambio de la matriz productiva es uno de los retos del actual mandatario por ende ha implantado una serie de reformas legales que incentiva a la creación de emprendimientos en la población. Para el desarrollo del proyecto se convierte en una oportunidad debido a que no existen barreras o condiciones que prohíban el ingreso al mercado , a la vez es importante mencionar el impacto positivo que tiene las nuevas reformas en beneficio de las nuevas unidades productivas.

### **1.5.1.3 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión**

El actual modelo productivo de nuestro país ha tenido una particularidad, manifiesta la Asambleísta Gallardo (2017) al convertirse en un país proveedor de materia prima en el mercado internacional y a la vez un ente importador de bienes y servicios. Como sabemos los precios en el mercado extranjero se encuentran en constante cambio convirtiéndose en una de las causas que ha desequilibrado la balanza comercial de nuestro país por ende los gobiernos de turno han propuesto un marco legal que coopere con la restauración de la matriz productiva.

Es necesario hacer un hincapié en los Art. 4, literal c del Código de la Producción Comercio e Inversión mismo que expresa la importancia de incentivar una producción tomando en cuenta la parte social y lo ambiental de igual manera el uso de nuevas energías limpias y alternativas con la finalidad de contribuir a la disminución de la contaminación ambiental. De la misma manera se ha hablado de fuentes de empleo, la generación de unidades productivas contribuye a la generación de plazas laborales (Codigo Organico de Producción, Comercio e Inversión, 2013).

Por tanto he considerado que para el desarrollo del proyecto se convierte en un aspecto positivo puesto que mediante el presente emprendimiento se brindará a la sociedad un servicio de calidad contribuyendo a la dinamización de la economía y a la vez generador de nuevas plazas de empleo para la población Otavaleña.

### **1.5.1.4 Ley de Economía Popular y Solidaria**

Según la Ley de Economía Popular y Solidaria manifiesta que las unidades de economías populares se amparan con el Art. 73 catalogados especialmente como emprendimientos



conformados por la familia, lo denominados comerciantes minoristas, los artesanos que desarrollan actividades de producción de un bien o servicio lo cual se comercializará con la finalidad la fomentar la solidaridad en la sociedad (Ley de Economía Popular y Solidaria , 2011).

Las Economías Populares y Solidarias conocidas en la actualidad como una fuente generadora de oportunidad y la dinamización de la economía, fomenta la creación de nueva unidades productivas. Mediante el previo análisis se puede mencionar que se convierte en una oportunidad debido a que el proyecto de una u otra manera aportará en el crecimiento económico de la ciudad y contribuirá al progreso del estado.

#### **1.5.1.5 Ley Orgánico de Defensa del Consumidor**

El objetivo de una unidad productiva es brindar un bien o servicio de calidad para lograr de esta manera fidelizar posibles clientes potenciales, para ello es necesario cumplir el marco regulatorio del estado Ecuatoriano y se ha tomado en cuenta el Art. 65 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en donde expresa en caso de iniciar actividades económicas que oferte alimentos deben cumplir con autorizaciones especiales de cuerpo de bomberos y registros sanitarios (Ley Orgánico de Defensa del Consumidor , 2011).

Las consideraciones presentadas previas son de vital importancia al momento de establecer legalmente una unidad productiva, este aspecto representa para el proyecto un aspecto favorable debido a que son requerimientos y permisos que la unidad necesita para el normal funcionamiento de un local ya que la intención de los proyectos es brindar un servicio de calidad a la población.

### **1.5.1.6 Ordenanza de evaluación de impacto ambiental para la industria, el comercio, transporte, obra civil, telecomunicaciones, de servicio, entre otras actividades productivas.**

En relación al establecimiento de nuevas actividades productivas en la ciudad de Otavalo y en cumplimiento a las disposiciones del marco constitucional se han visto la necesidad de crear y aplicar la ordenanza vigente para el establecimiento de normas ambientales y responsabilidad ambiental se ha considerado de vital importancia el permiso municipal ambiental en el cual se establece el manejo de los desechos emitidos por las unidades productivas (Ordenanza de evaluación de impacto ambiental para la industria, el comercio, transporte, obra civil, telecomunicaciones, de servicio, entre otras actividades productivas. , 2011).

A la vez se considera como una oportunidad porque es de vital importancia el cumplimiento de los documentos y autorizaciones pertinentes para el funcionamiento de las actividades y el compromiso social con el cuidado ambiental, es claro que para la empresa representa gastos, sin embargo son condiciones básica para del desarrollo normal de las actividades.

## **1.5.2 Económico**

El aspecto económico nos permite recopilar datos acerca de las actividades primordiales económicos que desarrollan la población de Otavalo facilitando determinar si llevan una calidad de vida oportuna.

### **1.5.2.1 Situación Económica del Ecuador**

El estado ecuatoriano tras la transición a la dolarización ha perdido la política monetaria, considerado de vital importancia para resolver cualquier perturbación interna. Es importante

recalcar que esta situación ha provocado una debilidad por la rigidez en el tipo de cambio, convirtiéndose muy dependiente en el financiamiento a través de la deuda externa e interna.

Sin embargo el Ecuador ha concentrado esfuerzos para convertirse en una economía diferenciada que conciba valor y conocimientos afortunadamente el país es dueña de una inmensa riqueza natural por lo que se puede hacer uso de productos agotables como petróleo, minería para convertirla en acumulación de capital social. Adicionalmente podemos argumentar la existencia de otros sectores que han aportado en el desarrollo económico del país: Educación, Salud, Transporte, Mano factura, Agricultura, Construcción y Turismo.

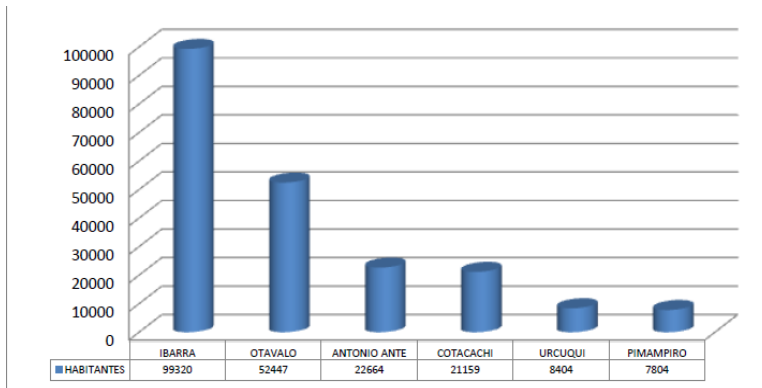
La situación económica del estado Ecuatoriano en los últimos años ha tenido altibajos de una u otra manera esto ha tenido una repercusión en el progreso de las pequeñas unidades productivas, pero también es importante mencionar los esfuerzos desarrollados por las autoridades en cuanto al fortalecimiento de los emprendimientos mismo que consideran una oportunidad para el crecimiento económico por tanto podemos decir que aporta de manera positiva para la creación del presente proyecto.

### 1.5.2.2 Población Económicamente Activa de Otavalo

En la provincia de Imbabura la PA<sup>1</sup> es de 53,2% y el mismo que se encuentra distribuida en los seis cantones conformados la siguiente manera: Ibarra concentra aproximadamente el 46,89% de la PA, seguidamente tenemos a la ciudad de Otavalo con un 24,76%, Antonio Ante con el 10,70%, Cotacachi con 9,99%, Urcuquí con el 3,96% y Pimampiro con el 3,68% (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo , 2011).

La concentración de la población activa principalmente en Otavalo genera mayores oportunidades para la introducción de nuevos proyectos convirtiéndose en un aspecto positivo debido a que estos lugares los movimientos económicos tiende hacer más dinámicos por la congregación de talento humano en edad fructífera y la afluencia de turistas. La población total del PEA en el cantón es de 52.940 habitantes en el 2010 según estadísticas del INEC.

**Figura 1** Distribución de la Población Activa Provincial



**Fuente:** Censo Población Viviendo 2010

**Elaborado por:** Equipo Consultor Pan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo (PDOT)

<sup>1</sup> PA: La población activa comprende al grupo de personas que están activas laboralmente y que tienen la capacidad de realizar alguna actividad laboral, comprendidas entre 10 años y más.

### 1.5.2.3 Actividades económicas del Cantón Otavalo

**Figura 2** *Actividades Económicas*



**Fuente:** INEC 2010

**Elaborado por:** SENPLADES - Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

**Año:**2017

Las actividades económicas que se desarrollan al interior del cantón son varios, a continuación describiremos las más importantes: el comercio con un porcentaje mayoritario del 22% el comercio, a continuación tenemos la industria y manufactura con un 19%, otras actividades el 19,18%, el turismo con el 10%, actividades financieras con una representación del 8%, la agricultura y la construcción con el 8% y7% respectivamente, el transporte tiene un 7% esto de acuerdo al documento de Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo Provincia de Imbabura (2015).

Previo al análisis anterior observamos que el sector hotelero y los servicios de comidas como actividad económica, en el Cantón tiene una participación del 10.2% convirtiéndose en un punto a negativo para nuestro proyecto debido a que existe una amplia oferta gastronómica y diversidad de platillos que los comensales pueden elegir, por otro lado podemos mencionar que es

una aspecto positivo siendo una de las principales actividades que ha contribuido como fuente generado de ingresos al cantón.

#### 1.5.2.4 Participación de la Población Económicamente Activa en los Sectores Productivos de Cantón Otavalo.

**Tabla 3** Principales Actividades Económicas y el PEA

ACTIVIDAD	PEA	PEA %
1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	5004	16,73 %
2. Mano factura	8025	18,46%
3. Comercio al por mayor y menos	5480	13,10%
4.Explotación de minas y canteras	36	0,08 %
5. Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	43	0,10 %
6. Distribución de agua y alcantarillado y gestión de desechos.	52	0,12 %
7. Construcción	2987	4,81 %
8. Transporte y almacenamiento	1731	2,81 %
9. Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1.225	4,87 %
10. Información y comunicación	1548	2,89 %
11. Actividades financieras y de seguros	1412	3,16 %
12. Actividades inmobiliarias	291	2,32 %
13. Actividades profesionales, científicas y técnicas	488	2,91 %
14. Actividades de servicios administrativos y de apoyo	649	2,78 %
15. Administración pública y defensa	1.105	3,50 %
16. Enseñanza	3.091	6,89 %
17. Actividades de la atención de la salud humana	745	3,52 %
18. Artes, entretenimiento y recreación	153	0,36 %
19. Otras actividades de servicios	459	1,07 %
20. Actividades de los hogares como empleadores	1.158	1,50 %
21. Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	6	0,01 %
22. No declarado	3.290	3,66 %
<b>Total</b>	<b>52941</b>	<b>100,00 %</b>

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo, 2011

**Elaborado:** CELEAP

**Año:** 2014

La participación del PEA en los sectores productivos son los que han aportado al desarrollo del cantón mismo que se encuentran distribuidos de la siguiente manera: manufactura representa el 18,46% como actividad mayor desempeñada por la PAE, la agricultura ganadería, silvicultura y pesca representa la ocupación del 16,73, seguidamente el comercio al por mayor y menor con una representación del 13,10% esto en mención a las principales actividades que más son desarrollados por la PAE

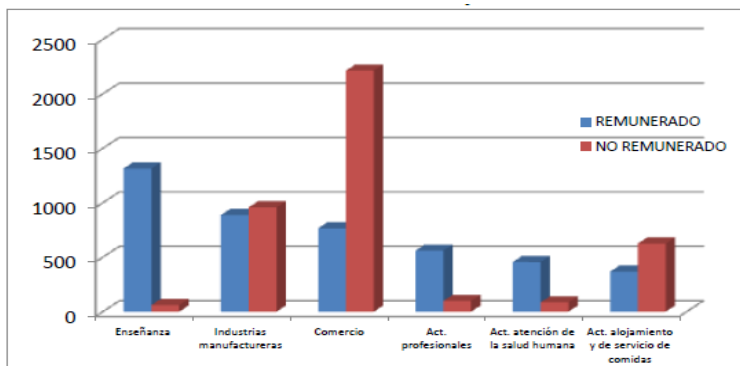
El servicio de comida está consideradas dentro del grupo de actividades que no producen bienes materiales de forma directa. Estas actividades son conocidas como comercio y servicios manteniendo esta división, de acuerdo a esta base se puede evidenciar que un 4,87% del PEA, se encuentran laborando en este sector económico, para el presente proyecto se convierte en un aspecto positivo nos permitirá, brindar un servicio novedoso y en la parte social como fuente generador de empleo. Por otro lado es importante hacer énfasis que la agricultura también una de las actividades que se ha realizado por años especialmente por la población rural, convirtiéndose en una fuente de ingresos de las familias Otavaleñas entre los productos agrícolas que más sobresalen en la producción son: los cereales como el maíz, el trigo, cebada, frutas y vegetales entre otros. Convirtiéndose en una oportunidad para el proyecto puesto que podemos encontrar la mayoría de insumos frescos en nuestro cantón, a la vez contribuimos a la mejora de la economía familiar.

#### **1.5.2.5 Nivel de Ingresos**

La población ocupada está comprendida por 9708 habitantes, de los cuales se encuentran distribuidas de la siguiente manera: 4903 son hombres y 4805 son mujeres, en los últimos nueve

años la incorporación de las mujeres es significativa como se puede visualizar en la siguiente figura (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo , 2011).

**Figura 3** Población con remuneración



**Fuente:** INEC 2010

**Elaborado por:** Equipo Consultor Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo (PDTO).

**Año:** 2010

La población de Otavalo que recibe una remuneración se encuentran trabajando en actividades afines a la: enseñanza, el sector industrial, comercial, salud, actividades financieras, telecomunicaciones, etc. Por otro lado encontramos a la población no remunerada a pesar de desempeñar actividades que generalmente están relacionadas con el sector comercial, que tiene particularmente carácter familiar donde la remuneración no se establece formalmente. Dentro de este grupo representan 2069 hombres y 2621 que son mujeres. Para el presente proyecto consideramos una oportunidad, que en su mayoría la población Otavaleña es remunerada, debido a que el recurso económico es fundamental para la adquisición de un bien o servicio que satisfaga una necesidad.



### 1.5.2.6 Fuentes de Financiamiento

En el cantón Otavalo se encuentran establecidos algunas entidades financieras que desempeñan sus actividades ofertando al público varios productos y servicios tales como: créditos, seguros de vida, cuentas de ahorro, cuentas corrientes, pólizas, inversiones, etc. Actualmente existen 8 bancos privados, 8 Cooperativas de ahorro y crédito en el cantón una considera una zona de concentración económica, por las características que muestra la economía interna de la ciudad (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo , 2011).

**Tabla 4** *Entidades Financieras del Cantón*

---

Banco del Pichincha
Banco del BanEcuador
Banco Solidario
Banco del Pacífico
Banco Internacional
Banco de Guayaquil
Banco Capital
Banco del Austro
Cooperativa de Ahorro y Crédito Artesanos
Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio
Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui
Cooperativa de Ahorro y Crédito Pilahuin Tío
Cooperativa de Ahorro y Crédito Unión Otavalo
Cooperativa de Ahorro y Crédito Chuchuí Ltda.
Cooperativa de Ahorro y Crédito Esencia Indígena
Cooperativa de Ahorro Y Crédito Huaycopungo

---

**Fuente:** Consultoría PDOT-O, 2011.

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2017

Dentro de los productos financieros más frecuentes en el mercado, con una participación del 36% están los créditos que están destinados para la adquisición de bienes y servicios, seguidamente el 21% de los microcréditos predestinados de manera particular para pequeñas unidades productivas, el 17% se destina a nuevos proyectos además podemos mencionar que un

12% de los créditos se destinan para la inversión, dinamizar las exportaciones, la producción artesanal y un porcentaje minoritario lo utiliza para la ejecución de actividades turísticas.

La existencia de fuentes de financiamientos dentro de la ciudad es una oportunidad, sin embargo muchas de las entidades financieras solicitan de ciertos requisitos de las cuales en muchas ocasiones como jóvenes emprendedores no se puede cumplir convirtiéndose en un aspecto negativo y una barrera al no tener el capital suficiente para la constitución del emprendimiento.

### **1.5.2.7 Número Turistas en la Ciudad**

De acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo (2011) la ciudad anualmente es visitada aproximadamente por 200.000 turistas, el 67% son turistas extranjeros, y el 33% son turistas nacionales. Los visitantes que llegan por mes son 9000 turistas aproximadamente, lo que representa que en una semana llegan aproximadamente 2500 personas que apoyan la dinamización de la economía local y regional, promueve las actividades sociales y hace más atractivos a los lugares turísticos. Un 48% de visitantes suelen perdurar en la ciudad más de un día, de los cuales que un porcentaje mayoritario hace uso de hospedaje comercial y un 16% prefieren hospedarse en cabañas que son al estilo familiar y generalmente estos ofrecen las comunidades que realizan turismo comunitario.

El turismo promueve una imagen que puede ser una herramienta poderosa para atraer a la inversión en los sectores económicos ya sea en la zona urbana o rural por tal motivo consideramos un oportunidad para el presente proyecto, además se podría decir que puede ayudar a mejorar la calidad de vida de la población Otavaleña.

### 1.5.3 Socio – Cultural

El aspecto nos permite identificar la situación social y cultural del entorno donde se pretende ejecutar el presente proyecto, es decir las costumbres, tradiciones y otros aspectos relevantes que ayudaran en esta investigación.

#### 1.5.3.1 Población Actual

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) Otavalo tiene 104.874 habitantes, que se encuentran distribuidos de la siguiente manera: el 51,9% son mujeres y el 48,10% son hombres, a continuación el detalle de habitantes por cada parroquia.

**Tabla 5** *Población del Cantón Otavalo por parroquias.*

PARROQUIA	POBLACIÓN
Otavalo	52.753
Dr. Miguel Egas Cabezas	4.883
Eugenio Espejo	7357
Gonzales Suarez	5.630
Pataquí	269
San José de Quichinche	8.476
San Juan de Ilumán	8.584
San Pablo	9.901
San Rafael	5.421
Selva Alegre	1.600
<b>Total</b>	<b>104.874</b>

**Fuente:** INEC 2010

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2017

El Cantón Otavalo cuenta con un total de 104.874 de habitantes en donde se pretende crear el presente proyecto, este dato consideramos una oportunidad ya que tendremos un segmento amplio de mercado, a quienes se ofrecerá el servicio.

### 1.5.3.2 Educación

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo (2011) señala que, la ciudad de Otavalo posee centros educativos desde preescolar hasta la educación superior. En relación con la educación básica comprenden como escuelas que van desde el 2do hasta el 10mo año y se han reconocido 18 establecimientos. La mayoría de las escuelas cuentan con una excelente infraestructura. Los colegios e institutos, que en este caso suman 10 poseen la infraestructura necesaria e incluso el área para la recreación de los jóvenes. Adicionalmente la ciudad cuenta con una institución superior misma que ofrece carrera presenciales y semipresenciales para la formación de los jóvenes.

La educación es unos factores más influyentes en el avance y progreso de la sociedad y como personas para alcanzar mejores condiciones de bienestar social y de crecimiento económico. Para el presente proyecto consideramos un aspecto positivo que exista centro de formación educativa dentro de la ciudad ya que además de adquirir conocimientos netamente formativos, se están preparando para enfrentar a nuevos cambios en la sociedad, innovaciones en ciencia, tecnología y la convivencia con nuevas culturas.

### 1.5.3.3 Analfabetismo

El analfabetismo<sup>2</sup> en el cantón Otavalo es considerable principalmente en las mujeres mismas que alcanza el 22,49%, a diferencia de los hombres que representa el 12,72% en el cantón.

---

<sup>2</sup> **Analfabetismo:** Se considera analfabeta a la persona que no posee o no tiene conocimiento de lectura y escritura, en otras palabras el ciudadano no puede leer ni escribir o desenvolverse por medio de estos instrumentos

Además es importante destacar los porcentajes de analfabetismo según el Gráfico 4 que el área rural tiene porcentajes más altos distribuidos en hombres y mujeres.

**Figura 4** *Analfabetismo por sexo en el área rural y urbano*

Indicador	2001			2013		
	Total	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural
Tasa de analfabetismo	22,45	8,01	30,81	17,91	7,40	24,78
Tasa de analfabetismo de la población masculina	16,06	5,24	22,21	12,72	4,62	18,00
Tasa de analfabetismo de la población femenina	28,05	10,38	38,44	22,49	9,84	30,75

**Fuente:** SIISE 2013

**Elaborado por:** CELAEP, 2014

La mayor concentración de la población con analfabetismo es en la zona rural con 24,78% que representa a 25.987 ciudadanos, con los datos presentados previamente podemos mencionar que es un aspecto negativo debido a que la ausencia de conocimientos en: nuevas tendencias, innovación, culturas y tradiciones de otros países originara el desconocimiento del servicio que se pretende brindar en el mercado Otavaleño.

#### **1.5.3.4 Acceso a los servicios básicos**

En relación a la infraestructura, abastecimiento de agua potable y saneamientos básicos al interior de las viviendas en la zona urbana alcanza un 72,39%, en la eliminación de aguas servidas un 59,24%, el agua potable y alcantarillado ascendió del 2001 al 2010 que del 49% y el alcantarillado del 47% al 68%, de la ciudad de Otavalo.

En cuanto al acceso de los servicios básico consideramos que es una aspecto positivo para el proyecto debido a que en cualquier sitio de la ciudad se puede encontrar el acceso a los principales servicios básicos, convirtiéndose en buenas condiciones para crear nuevas unidades productivas a la vez permitirá brindar un servicio de calidad y en óptimas condiciones proporcionando al cliente un lugar seguro y acogedor.

### **1.5.3.5 Etnia**

El cantón Otavalo al igual que otros grupos de la serranía ecuatoriana posee una gran variedad de Pueblos y Nacionalidades<sup>3</sup> por tal motivo es indispensable caracterizar la composición de la población desde su autodefinición, siendo que la población indígena se encuentra distribuida tanto en la zona urbana como rural.

La ciudad de Otavalo está constituida por la nacionalidad Kichwa, representada por el pueblo Otavalo y una parte del pueblo Kayambi según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo (2011) misma que representan un 57,24% del total de la población, seguidamente esta la población mestiza que ocupa un 40,3%, la diferencia del 2,46% está constituida por los auto considerados Blancos, Afro ecuatorianos, Mulatos, Montubios, Negros.

La existencia de una diversidad de etnias en la ciudad se convierte en una oportunidad para el presente proyecto puesto que cada persona tiene sus propias costumbres en cuanto a religión, celebraciones y un punto importante que es la alimentación. Al existir un mercado con diferentes tendencias se menciona que es una oportunidad para llegar a los posibles consumidores a través de nuestro servicio.

---

<sup>3</sup> [http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/glosario/ficglo\\_napuin.htm](http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/glosario/ficglo_napuin.htm)

### 1.5.3.6 Tradiciones y costumbres

Los pueblos tienen costumbres que han conservado con el transcurso de los años y eso se ha visto reflejado en su forma de vestir, las fiestas culturales, su religión y demás aspectos. En cuanto a la vestimenta, los hombres Otavalos han conservado su tradicional pantalón blanco, poncho que son de dos caras, sombrero de alón, a diferencia de los Kayambis sé que en ocasiones utilizan la ropa mestiza en el caso de los hombres, pero conserva un sombrero con ala más pequeña en diferentes tonos generalmente oscuros; entre las mujeres la diferencia es más notable, las Otavaleñas utilizan con anaco azul oscuro o negro, blusa bordada coloridas, fachalina azul o negra, walkas doradas y en ocasiones especiales la *huma watarina*<sup>4</sup>, las mujeres Kayambis llevan centros plisados y de varios colores, blusas bordadas generalmente a manos con diseños llamativos, walkas y fachalinas de colores vivos, además usan un sombrero de ala pequeña similar al que usan los hombres Kayambi. Existen diferencias entre los Otavalos y Kayambis en cuanto a las manifestaciones culturales (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo , 2011).

La ciudad de Otavalo es dueña de un legado de costumbres y tradiciones que han enmarcado al Valle del Amanecer, para el proyecto se convierte en un aspecto tanto negativo como positivo. Negativo debido a que en la actualidad la población Otavaleña ha hecho énfasis de mantener sus costumbres y tradiciones, por tanto se convierte en una barrera de ingreso al mercado. Por otro lado podemos manifestar que de igual manera la ciudad es visitada por turistas de diversas

---

<sup>4</sup> Es una prenda de lana de color negro con franjas blancas el cual representa el equilibrio, la dualidad, es decir el par hombre-mujer, día-noche ya que en la cosmovisión andina todo ser tiene su pareja.

nacionalidades, costumbres y tendencias y no descartamos que se podría convertirse en futuros consumidores del servicio que se pretende brindar.

### **1.5.3.7 Hábitos Alimenticios**

La alimentación y la economía siempre han ido de la mano en estudios realizados se ha hecho hincapié en los beneficios de una alimentación saludable para la prevención de enfermedades, lo que genera un alto impacto en la salud pública y ahorro en gastos relacionados a la salud.

Cuidar nuestra salud, es una tarea de gran importancia según los datos de la última Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut) que elabora el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) junto con el Ministerio de Salud, publicada en 2013 y cuyos datos se refieren a 2011 – 2013; el 29.2% de la población presenta un consumo excesivo de carbohidratos, esto supera la recomendación máxima establecida para la prevención de la obesidad y enfermedades cardiovasculares, dejando de lado otros alimentos necesarios para una adecuada nutrición. Además es importante mencionar en la actualidad la sociedad ha adoptado nuevos estilos de vida a eso con la generación de nuevos conceptos en el ámbito alimenticios como por ejemplo la adopción de nuevas comidas ya no solo las tradicionales y propio de nuestros sectores si no también la adopción de platillos extranjeros, en ocasiones pueden proporcionar un alto contenido nutricional y otras pueden dar resultados negativos en la salud. (Barrera, 2016)

Las alimentación es un factor indispensable la cultura Otavaleña en su mayoría han optado por mantener platos típicos heredados de sus ancestros que por su puesto contiene un alto contenido nutricional esto hablando específicamente de la población indígena, a diferencia de la población mestiza y otros grupos étnicos que se encuentran asentados en la ciudad que han optado



más por un alimentación variada y en muchos casos no muy saludables, esto se ha convertido una oportunidad para el presente proyecto en vista de que pretendemos ingresar al mercado con un servicio que contiene propiedades nutricionales bajo en grasas y sumamente rico en nutrientes esenciales para nuestro organismo.

#### **1.5.4 Tecnológico**

En el aspecto tecnológico se analizará nuevos avances en tecnología gastronómica mismos que facilitan en el proceso productivo del servicio.

##### **1.5.4.1 Equipos y Maquinarias**

La elaboración y producción del Sushi en la actualidad ha dejado de ser un proceso complicado ya que existen maquinarias en el mercado el cual facilita la elaboración con una excelente presentación y en menor tiempo. Por ejemplo se ha lanzado en el mercado el Perfecto Sushi Roll el cual permitiría, realizar el sushi uniformemente en menor tiempo además en el proceso de elaboración requiere el uso de utensilios y cortadora.

En cuanto a la tecnología se puede decir que es un aspecto importante más no necesario debido a que expertos en producir sushi han manifestado que el uso de aparatos y utensilios metálicos hacen que se pierda el sabor de los ingredientes por tal razón se ha considerado un aspecto positivo y negativo. El proyecto no necesita de grandes maquinarias ya que no se enfocará a la producción por escala, sin embargo el uso de la tecnología ayudaría a realizar cada platillo en menor tiempo.

#### **1.5.4.2 Innovación de la Cocina**

La tecnología ha dado pasos agigantados y cada día los grandes expertos buscan dar mejores soluciones para la vida cotidiana por tal motivo la cocina no ha sido exenta para la introducción de tecnología para la preparación de alimentos, por ejemplo, las innovadoras cocinas de inducción, sistemas de refrigeración y pequeños artefactos automáticos lo cual permite mantener los productos en buenas condiciones.

La cocina en la actualidad no se encuentra exenta de la innovación tecnológica, en el mercado internacional existe un sin número de artefactos creado con la finalidad de satisfacer una necesidad, para el presente proyecto consideramos un aspectos positivo/negativo puesto que la elaboración de sushi puede ser por medio de la utilización de maquinarias en el caso de ser una producción en volúmenes muy altos, en el proyecto se ha pretendido realizar el proceso de manera artesanal ya que no requiere una producción en altos volúmenes.

#### **1.6 Matriz de Oportunidades y Amenazas**

Tras finalizar el análisis de las distintas variables que comprende el análisis PEST, en la cual se destaca variables netamente relacionados para la creación del presente proyecto mismo que refleja las posibles oportunidades o dificultades que se presentarán. A continuación presentaremos los aportes de cada una de las variables detalladas con su respectiva valoración. Para ello se ha creado una tabla que va de la siguiente manera:

**Tabla 6** *Valoración de la matriz*

<b>VARIABLE</b>	<b>VALORACIÓN</b>
Muy desfavorable	1
Desfavorable	2
Indiferente	3
Favorable	4
Muy Favorable	5

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 7** Matriz de Valoración de Oportunidad y Amenazas

INDICADORES	DESAVORABLE		INDIFERENTE	MUY FAVORABLE	
	1	2	3	4	5
<b>ASPECTO LEGAL- POLITICO</b>					
La Constitución de la República del Ecuador fomenta la productividad y competitividad de la matriz productiva.					X
El Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021 incentiva a la creación de emprendimientos a la vez como una fuente de ingresos económicos y la generación de empleo.					X
La Ley de Economía Popular y solidaria considera que las economías Populares y Solidarias son fuente generadora de empleo y la dinamización de la economía.					X
Manejo de desperdicios y desechos como responsabilidad social y cuidado ambiental.		X			
Ley de Consumidor, establece el cumplimiento de requisitos y permisos para el normal funcionamiento del local.					X
Fomento la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes-servicios, con responsabilidad social y ambiental lo expresa el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión lo manifiesta					X
<b>ASPECTO ECONÓMICO</b>					
Situación económica del país : crear una economía diferenciada que conciba valor y conocimiento para la acumulación de capital		X			
La concentración de la Población Económicamente Activa en Otavalo, es más dinámicas por existir talento humano en edad productiva.					X
Las principales Actividades Económicas del cantón son: el comercio, la industria, turismo y agricultura además Otavalo tiene más posibilidades para el desarrollo de nuevos proyectos					X
EL 4,87% del PEA se encuentran laborando en actividades de alojamiento y servicio de comida esto en lo que se refiere la Participación del PEA en las actividades económicas.					X
La población que recibe un sueldo se encuentran principalmente laborando en actividades relacionadas con la enseñanza, la industria y el comercio en relación al Nivel de ingresos.					X

El Número de Turistas que llegan a la ciudad de Otavalo cada trimestre son 9.000, lo que significa que durante una semana llegan aproximadamente 4.500 personas que apoyan la dinamización de la economía local				X
En relación a las Fuentes de Financiamientos existen 8 bancos y 8 cooperativas de ahorro y crédito que ofrecen distintos productos como créditos, cuentas de ahorros, microcréditos, etc.				X
<b>ASPECTOS SOCIO-CULTURAL</b>				
En relación a la Educación, Otavalo posee establecimientos educativos desde inicial hasta la educación superior.				x
La mayor concentración de la población con Analfabetismo es en la zona rural con 24,78% que representa a 25.987 ciudadanos.	X			
En relación acceso a los servicios básicos y la infraestructura con abastecimiento de agua potable, alcantarillado, saneamiento se encuentra cubierto en su totalidad dentro de la ciudad.				X
La concentración de variedad de etnias y culturas en la ciudad con diferentes tendencias y hábitos alimenticios.			X	
Otavalo es dueña de un legado de Tradiciones y costumbres que han enmarcado al valle del amanecer a través de expresiones culturales como poesía, música, danza, espiritualidad y su alimentación		X		
Adopción de nuevos estilos de vida y con eso la generación de nuevas concepciones en Hábitos Alimenticios.				X
<b>ASPECTO TECNOLÓGICO</b>				
Existencia equipos y maquinarias en el mercado facilita la elaboración a menor costo y tiempo.				
Innovación en la gastronomía es muy importante porque aporta en el proceso de producción y la conservación de productos.				X

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 8** *Elaboración de la Matriz: Oportunidades y Amenazas*

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ La ciudad de Otavalo tiene la dotación de servicios básicos en su totalidad en el área urbana.</li><li>✓ Entre las principales actividades económicas están la industria, comercio, manufactura, turismo y agricultura.</li><li>✓ La ciudad recibe anualmente un número significativo de turistas tanto nacionales como extranjeros que ayudan la dinamización de la economía de la ciudad.</li><li>✓ En relación a la educación Otavalo posee centros educativos desde inicial hasta superior donde se forman los niños y jóvenes.</li><li>✓ Instituciones Financieras que apoyan a la creación de pequeñas y medianas empresas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Demoras en trámites y permisos de funcionamiento de la microempresa.</li><li>✓ El establecimiento y reformas de nuevas políticas arancelarias para los productos importados.</li><li>✓ El establecimiento del local en un lugar donde existe un variado menú de las comidas tradicionales propias de la ciudad.</li><li>✓ Desconocimiento del platillo, la preparación y los ingredientes principales por parte de la población Otavaleño.</li></ul>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2017

### **1.7 Determinación de la oportunidad de la Inversión.**

Una vez realizado el diagnóstico inicial se puede concluir que el contexto de la ciudad es ideal para el establecimiento de una microempresa, puesto que la ciudad es netamente turística y cuenta con la dotación de los servicios básico en toda la urbe de la ciudad indispensables para tener un estilo de vida adecuado. Adicionalmente cuenta con varias instituciones financieras que fomentan las actividades productivas, la ciudad tiene acceso a unidades educativas, para la preparación académica de los adolescentes/jóvenes que en su futuro podrían ser posibles clientes.

Otavalo es un destino turístico recibe turistas nacionales como extranjeros, y se ha convertido en una de las principales actividades económicas de la ciudad que ha aportado como fuente de crecimiento contribuyendo a la mejora del estilo de vida

Tras haber realizado un análisis exhaustivo se pudo determinar que la ciudad de Otavalo posee condiciones favorables para realizar inversiones por lo que he considerado como una oportunidad de mercado a raíz de esto se origina el presente proyecto puesto que cuenta con aspectos y condiciones necesarias para poder brindar un servicio de calidad y cubrir las nuevas necesidades y tendencias del mercado.

## **CAPITULO II**

### **2 MARCO TEORICO**

En el presente capítulo se realizará una breve descripción y argumentos del concepto general en relación con el servicio, insumos, procesos productivo, adicionalmente se presentará nociones fundamentales de la estructura del plan de negocio para presente proyecto.

#### **2.1 Fundamentación Teórica del Sushi**

##### **2.1.1 Origen del Sushi**

El sushi es un platillo exótico de origen asiático, originado en el siglo IV Antes de Cristo, continente asiático según los autores no fue como se lo cataloga en la actualidad si no surgió casualmente como resultado de una actividad a la cual era sometido el pescado con la finalidad de conservar fresco el que consistía colocar capas de arroz y sal presándole con piedras suficiente pesada, proceso que era indispensable realizar por la ausencia de un sistema de refrigeración. La fermentación del almidón de arroz y la sal permitía la conservación durante varios meses del pescado para posteriormente ser consumido solo, puesto que el arroz era desechado a este proceso era conocido como nare-sushi así lo expresa (Ichi, 2008).

Con el trascurso del tiempo se amplió en todas partes de china y año más tarde alrededor del siglo VII, en el período Heian, se presentó en Japón para el gusto japonés era preferible comer el arroz conjuntamente con el pescado, el sushi llamado seishe-zushi mismo que gano popularidad al finales del periodo Muromachi. De este modo el sushi pasó de ser un modo de conservación del pescado a un plato que ha ganado popularidad no solo en los países asiáticos sino también a nivel mundial.



## 2.1 Que es Sushi

El sushi es la combinación de vinagre, arroz y azúcar agregado con diferentes ingredientes frescos denominados Sashimi en otras palabras son el relleno, que generalmente son pescados, mariscos o verduras y tradicionalmente lo realizan en forma de rollitos (Delgado, 2011).

### 2.1.2 Principales ingredientes del Sushi

**Tabla 9** *Ingredientes del sushi*

INGREDIENTES	CONCEPTO
<b>Arroz de sushi</b>	Para la fabricación del sushi es indispensable el arroz japonés o arroz para sushi esta posee ciertas características: blanco y de grano redondo que después de la cocción este no pierde su tamaño y tiende a convertirse en pegajoso lo que facilita la elaboración del sushi, la producción el procesamiento de este tipo de cereal es similar al arroz normal (Barber, 2004) .
<b>Wasabi</b>	El wasabi es de color verde la contextura gruesa y larga, en los países occidentales es muy común encontrar en presentación de tubo o pasta preparada o en polvo, este producto es mezclado con agua para conseguir un consistencia moldeable y se debe consumir de manera inmediata debido a que tiene un fuerte sabor (Barber, 2004) .
<b>Sushizo</b>	Es el condimento del arroz de sushi, mismo que es la composición de vinagre, azúcar dependiendo del gusto en ocasiones lo agregan la cascara de naranja este ingrediente en el punto exacto es indispensable para hacer un sushi de calidad según el autor (Barber, 2004)

---

<b>Algas- Nori</b>	<p>Algas: En los países orientales las algas han sido empleados como alimento de dieta diaria y también en la elaboración de medicinas en Japón el uso del Kombu y Nori es frecuente en la preparación de sushi (Barber, 2004).</p> <p>Nori: Actualmente el nori es de cultivo, la semillas se plantan en mallas situadas en aguas bajas de otoño, las plantas se recogen se lavan y son extendidas en finas láminas como el papel, y luego se procede a tostar según lo expresa Barber (2004), la fina lámina de nori después de haber sido sometido a los procesos llega a medir de 20*18 y se comercializa en paquete de 10u.</p>
<b>Mariscos</b>	<p>Los mariscos son animales invertebrados comestibles, para la preparación este ingrediente puede variar de acuerdo al paladar, entre los más comunes son: atún, camarón, calamar, pulpo y cangrejo (Barber, 2004).</p>
<b>Vegetales</b>	<p>Los vegetales son alimentos muy sanos para la salud poseen altas propiedades nutricionales, para la preparación del sushi se puede utilizar vegetales de acuerdo a la preferencia del consumidor entre los más comunes están: zanahoria, pepinillo, aguacate y rábanos (Barber, 2004).</p>
<b>Sashimi</b>	<p>El Sashimi son filetes crudos fríos y frescos derivados de pescado, camarón o calamar es lo que manifiesta el autor Jun Ichi en su libro publicado en el 2008, estos filetes deben tener el corte exacto para facilitar su consumo.</p>
<b>Trigo Pelado</b>	<p>El trigo es un cereal, generalmente cultivados en las zonas con clima frío templado es uno de los cereales con más contenidos nutricionales indispensables para la llevar una correcta alimentación sus propiedades contribuye a regular el nivel de colesterol en la sangre.</p>

---

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

### **2.1.3 Variedad de Sushi**

#### **2.1.3.1 Nigiri-sushi**

Este tipo de sushi se lo puede preparar con todos los ingredientes como el salmón, atún o camarón sobre un bloque pequeño de arroz avinagrado y una tira de alga nori es lo que manifiesta (Delgado, 2011).

#### **2.1.3.2 Uramakis**

Son los tradicionalmente conocido rollos de sushi, los ingredientes se colocan en una hoja de alga *nori* y es enrollados en forma de cilindro para consecuentemente ser cortados en pequeñas rebanadas. Según manifiesta el autor los ingredientes principales son arroz el alga nori, con rellenos de: salmón ahumado, atún, camarón, aguacate, pepinillos, queso crema, caviar y/o zanahorias (Delgado, 2011).

#### **2.1.3.3 Norimaki-sushi**

Este tipo de sushi posee diferentes pescados que conjuntamente con el arroz son enrollados en alga nori, se caracteriza por tener ingredientes adicionales como mostaza, huevas, cascara de calabacín japonés cocinado según los describe (Delgado, 2011).

#### **2.1.3.4 Temakis**

Los temakis poseen los mismo ingredientes que los uramakis se diferencian por ser enrollados a manera de un cono y generalmente deben consumirse calientes (Delgado, 2011).

#### **2.1.4. Elaboración del Sushi**

La preparación del sushi se ha vuelto cada vez más popular alrededor del mundo occidental y a la vez se va convirtiendo más milenarias en el parte oriental existen varias maneras de preparación pero la más conocida lo describiremos a continuación:

- ✓ Disponer de todos los ingredientes limpios y frescos.
- ✓ Colocar la lámina de nori sobre una esterilla de bambú tomando en cuenta que la parte lisa este a la cara adicionalmente utilizar papel filt, para facilitar el enrollado.
- ✓ Dispersar una cantidad de arroz con los dedos remojados en agua sobre la lámina de nori.
- ✓ Colocar los demás ingredientes que son rellenos sobre una parte inferior de lámina de nori
- ✓ Enrollar la lámina de nori con todos los ingredientes desde el extrema inferior con la ayuda de la esterilla de bambú y tratar de conservar el relleno, presionándole hasta que quede en forma cilíndrica.
- ✓ Lentamente sacar la esterilla para cortar el rollo de sushi con el uso de un cuchillo exclusivamente para sushi y cortar en partes iguales (Delgado, 2011).

#### **2.1.5 Materiales y Utensilios**

Los materias y utensilios que utilizan en la gastronomía oriental son muy diferentes a los que hacen uso en los países occidentales, especialmente para la preparación del sushi en la que podemos destacar que el equipo más importante es el juego de cuchillos denominados santoku a continuación se describirá demás utensilios que intervienen en la elaboración del sushi.

- ✓ Makisu

Es la esterilla de bambú, cuya función es ayudar a enrollar las piezas de sushi de forma sencilla.

✓ Hangiri

Es un recipiente que sirve para dejar reposar el arroz preparado de tal forma que esta pierda la humedad, preferiblemente debe ser elaborada de madera de ciprés.

✓ Hocho

Es el nombre que le dan al cuchillo debido a que tiene una característica especial similar a una espada, estas posee filo cortante en solo en uno solo lado.

✓ Shamoji

Similar a una paleta debe ser de madera es utilizada para remover el arroz, en la gastronomía oriental tiene un papel simbólico.

✓ Olla arrocera

Es un pequeño electrodoméstico que facilita la cocción de arroz de sushi (Sutherland, 2010).

### **2.1.6. Servicios de Comida**

El servicio de comidas es una de las alternativas que ofrece el mercado al momento de consumir alimentos fuera de casa se encuentra dividido en cuatro niveles que lo describiremos a continuación:

- ✓ Nivel de servicio 1 se relaciona con la necesidad de hambre del cliente y el deseo de saborear un determinado plato.
- ✓ Nivel de servicio 2 está relacionado con servicio genérico mismo que involucra el plato o la carta presente.
- ✓ Nivel 3 denominado servicio profesional abarca las expectativas del cliente en cuanto a instalaciones, mantenimiento, el personal y aspectos varios mientras el cliente se encuentre en el establecimiento.
- ✓ El cuarto nivel es el valor agregado que el restaurante le proporciona al cliente para superar sus expectativas especialmente si de emociones se trata (Izaguirre, 2014).

### **2.1.7 Turismo**

El turismo es el desplazamiento de forma corta y temporal a cualquier parte del mundo, de la misma manera las actividades que se ejecutan durante la estancia en un determinado lugar que puede ser de corto tiempo y también en plazo más largos (Guerrero, 2014).

#### **2.1.7.1 Clasificación del Turismo**

Existen diferentes formas de hacer turismo pero se destacan tres principales:

1. Turismo interno: este consiste en que las personas se trasladan dentro de un territorio de mismo país de referencia.
2. Turismo receptor: este se refiere cuando los visitantes no residentes viajan del territorio de país de referencia.
3. Turismo emisor: este consiste en que los visitantes residentes que realizan viajes fuera del territorio económico (Guerrero, 2014).

## **2.2 Plan de Negocio**

El plan de negocio es un conjunto de estrategias o acciones escritas, que encaminan a la creación de una unidad productiva en la misma se detalla la idea principal del negocio y todo el proceso para poder ejecutarlo, los recursos necesarios en cuanto a inversión recurso tanto tecnológico y humano que sea necesario (Prieto, 2014).

### **2.2.1 Tipos de planes de negocios**

La idea de negocio que tengas en mente es indispensable para saber qué tipo plan que decide aplicar, para ello hemos visto indispensable presentar siguientes:

#### **2.2.1.1 Plan de negocios para empresas en marcha**

Este tipo de plan se realiza para empresa que se encuentran en funcionamiento mismo que tiene finalidad evaluar las fortalezas y debilidades que la unidad económica presenta con el fin de lograr mejores resultados (Vargas, 2010).

#### **2.2.1.2 Plan de negocios para nuevas empresas.**

Este tipo de plan se realiza con el objetivo de detallar tanto la idea del negocio, los objetivos planteados a la vez considerar las posibles estrategias a ser aplicados en el proyecto a desarrollarse en un tiempo determinado (Vargas, 2010).

#### **2.2.1.3 Plan de negocios para inversionistas**

El plan de negocios para inversionistas de acuerdo al autor Vargas (2010) es redactado con el fin de atraer el interés de los inversionistas, por tanto la información detallada es relevante mismo que determina la factibilidad financiero del negocio y el retorno de la inversión.

#### **2.2.1.4 Plan de negocios para administradores**

Este tipo de plan se realiza con el fin de detalle necesario para las actividades que desempeña, en esta se encontraran establecidos objetivos, estrategias para llegar a una meta mismo que será de utilidad para la toma de decisiones por parte de los miembro directivos de una unidad económica (Vargas, 2010).

#### **2.2.2 Estructura de un plan de negocios**

La estructura de un plan de negocios se puede mencionar que es progresivo puesto que cada una de sus partes debe seguir una secuencia que ayude al llegar a la meta final.

#### **2.2.3 Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es una decisión empresarial que tiene la finalidad de conocer la respuesta y el comportamiento del mercado que se presentan a manera de demanda, mismo que justifica la puesta en marcha de un nuevo proyecto en un tiempo futuro. El mismo que debe abarcar las acciones que se utilizarán para llegar hacia los demandantes para ello es importante considerar los siguientes aspectos: definir la población de estudio, recopilar información acerca del bien o servicio, fijación de la demanda total, actual y real, análisis de la oferta, la plaza y los precios existentes en el mercado (Gonzales, 2014).

##### **2.2.3.1 Demanda**

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuesto a comprar o adquirir a un determinado precio, en un periodo de tiempo. Es importante tomar encuesta la ley de la demanda expresa que cuando el precio de un bien o servicio sube los clientes o



consumidores disminuyen y de manera viceversa cuando los precios bajan existe mayor cantidad de compradores en el mercado (Silk L. , 1978).

#### **2.2.3.2. Oferta**

La oferta es la cantidad oferentes en el mercado que ofrecen al público en general un bien o servicio cambio de un determinado valor monetario, este bien o servicio puede ser para consumo final o en ocasiones puede ser útil como materia prima o insumo para iniciar otros procesos productivos (Silk L. , 1978).

#### **2.2.4 Marketing Mix**

El marketing mix es uno de los elementos del marketing el cual se utiliza para realizar el análisis de estrategias o acciones de determinados aspectos internos que son desarrollados por una empresa o institución mismo que engloba cuatro componente básico: producto, precio, distribución y comunicación (Marketing, Publishing, 1990).

##### **2.2.4.1 Estrategias Marketing**

Las estrategias son un conjunto de acciones que son implantados con la finalidad de conseguir objetivos, para lo cual es indispensable identificar y priorizar un producto, bien o servicio para posicionar en el mercado además seleccionar el público que se pretende conseguir. Es lo que manifiesta el autor (Marketing, Publishing, 1990)

##### **2.2.4.2 Estrategias para el producto**

Las estrategias son un conjunto de acciones planteado con el objetivo de alcanzar una meta en relación al producto existe varias alternativas con efectos positivos para ello hemos visto indispensable lo siguientes aspectos:

- ✓ **Mantener:** mantener el producto sin alteraciones y que tenga la finalidad de satisfacer una necesidad del consumidor.
- ✓ **Reducir:** minimizar los costos de producción
- ✓ **Perfeccionar:** perfeccionamiento del producto.
- ✓ **Ampliar:** crear una gama variada de productos.
- ✓ **Introducción:** nuevo productos en el mercado

Como podemos evidenciar las estrategias del producto es un conjunto de acciones que son ejecutados durante la creación de un bien o servicio tomando en cuenta las necesidades y preferencia del consumidor, es lo que manifiesta el autor (Marketing, Publishing, 1990)

#### **2.2.4.3 Estrategia para el precio**

La estrategia de precio son un marco o conjunto de principios y limites indispensables para la fijación de precio a lo largo del ciclo de vida del producto con la finalidad de lograr objetivos que persiguen con el precio. Además es importante manifestar que parte del posicionamiento del producto están estas acciones:

- ✓ **Permanentes:** precios de catálogos que la empresa mantiene
- ✓ **Temporales y coyunturales:** es adoptada como una estrategia global y son aplicados a través de descuentos y actividades promocionales (Marketing, Publishing, 1990).

#### **2.2.4.4 Estrategias para la plaza o distribución**

La estrategia de distribución no es más que la elección de puntos de venta para un bien o servicios misma que puede ser directa e indirecta y en el caso de ser indirecta esta tiene las siguientes opciones selectiva, exclusiva o masiva de establecer un punto de venta para lo cual es necesario hacer un estudio de todos los factores que podrían afectar positiva o de forma negativa el establecimiento del local en caso de ser indirecta intervendrán un mayorista o un minorista para llegar al consumidor final (Marketing, Publishing, 1990).

#### **2.2.5.5 Estrategias para la promoción**

La promoción es una herramienta del marketing que tiene la finalidad de informar, persuadir y recordar al público en general acerca de un bien o servicios que una empresa oferta, para mayor comprensión analizaremos algunas acciones que son parte de la estrategia de promoción:

- ✓ **Influir:** dar a conocer las principales características del producto
- ✓ **Persuasión:** poder de convencimiento
- ✓ **Recordar:** posicionar tu marca frente a los clientes.
- ✓ **Promoción:** Influir en la actitud del cliente.

Entre estrategia de comunicación o promoción existen varias acciones que hemos expuesto anteriormente (Marketing, Publishing, 1990).

#### **2.2.5 Plan Técnico**

El plan técnico tiene como objetivo analizar las variadas opciones de tecnologías, maquinaria y herramientas necesarias para la producción de un bien o servicios. Adicionalmente es indispensable verificar la factibilidad técnica de los factores: equipo, maquinaria, materia prima,

instalaciones e infraestructura necesarias para el establecimiento de nuevo proyecto a sí mismo el capital de trabajo requerido para la ejecución y adquisición de los factores antes mencionados (Gonzales, 2014).

### **2.2.5.1 Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto se determina sobre la base del estudio de mercado mismo que se refiere a la capacidad instalada del proyecto o infraestructura necesario para iniciar las operaciones además también se puede expresar en unidades de producción, el monto de inversión, monto de ocupación efectiva de la mano de obra o algún otros aspectos que tengan efectos sobre la inversión del proyecto. (Gonzales, 2014).

### **2.2.5.3 Localización del proyecto**

El autor Gonzales (2014) atribuye que la localización óptima de un proyecto es sin duda uno de los factores principales que contribuye a la obtención de una mayor tasa de la rentabilidad mayor sobre el capital a obtener un costo unitario mínimo en la producción ya sea de un bien o servicio, es importante mencionar que el objetivo general es llegar a determinar el sitio específico donde se instalará el emprendimiento.

### **2.2.6 Diseño Organizacional**

El diseño organizacional es el marco formal de la unidad productiva: en otras palabras es el sistema de comunicación de una empresa que se establece por nivel de responsabilidad y autoridad dentro de la organización, estos aspectos son indispensables para el funcionamiento o ejecución de un proyecto para que pueden desarrollar sus actividades correctamente. Además

incluye organigramas, explicación de cargos, funciones y responsabilidades que deben ser dispuesta según el conocimiento y la preparación que posea (Gonzales, 2014).

#### **2.2.6.1 Estructura Jurídica para la constitución**

La estructura jurídica de una empresa debe cumplir las condiciones pertinentes tomando en cuenta las todas las leyes existentes aprobadas que se encuentren vigentes en el lugar donde se implantará el emprendimiento. Para la constitución del presente proyecto hemos visualizado necesario los siguientes aspectos detallados a continuación:

- ✓ Nombre de la empresa
- ✓ Escritura públicas.
- ✓ Patente Municipal
- ✓ RUC
- ✓ Inscripción al IESS
- ✓ El permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- ✓ Permiso Sanitario de Funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud

Todos los requisitos detallados anteriormente son indispensable para el normal funcionamiento de actividades económicas es lo que manifiesta en la ciudad de Otavalo (Gad. Municipal del Canton de Otavalo, 2016)

#### **2.2.6.2 Cargos y Funciones**

Un cargo es una responsabilidad que tiene una persona con una organización organismo o una empresa a diferencia de la función que son consideradas como una acción o actividad ejecutada

por una persona dentro de un sistema de elementos, personas o sociedad o a la vez se comprende aquellas ejecutadas dentro una empresa (Julian & Ana, 2014).

### **2.2.7 Plan Financiero**

La ejecución de un proyecto implica el análisis de las necesidades de tipo económica y financiero para la ejecución de un proyecto es necesario analizar puntos estratégicos que ayudará a verificar si es rentable o no la creación de nuevas unidades productivas para ello hemos hecho un hincapié en los siguientes aspectos.

- La inversión económica y como se va financiar
- Aproximar costos y gastos que constituirá la puesta en marcha del proyecto
- Tomar en cuenta posibles ingresos para realizar cálculos aproximados de los beneficios del proyecto

Esto en cuanto al estudio de inversión que es una de las claves fundamentales para poder ejecutar un proyecto según lo expresa (Gonzales, 2014).

#### **2.2.7.1 Activos Fijos**

El activo fijo o también conocido como propiedad planta y equipo denominados de esta manera por ser activos de larga duración. En una empresa estos bienes son utilizados continuamente mismo facilitan la producción, venta de bienes y servicios por un determinado tiempo debido a que según la norma en el que se ha establecido un tabla en cual expresa los años de vida útil y el porcentaje que debe ser depreciado con el transcurso del tiempo (NIIF´S, 2010).

### **2.2.7.2 Activos Intangible**

Un activo intangible son bienes que tienen una empresa u organización misma que no pueden ser percibidos físicamente. Pero debemos tomar en cuenta que son muy importantes por que ayudan a que la empresa produzca rendimientos económicos de acuerdo al activo que sea pudiendo ser escrituras públicas de constitución, programas de computadores o patentes de un bien o servicio (NIIF'S, 2010).

### **2.2.7.3 Capital de Trabajo**

Un capital de trabajo es el fondo económico que una unidad productiva maneja para llevar a efecto su gestión económica y financiera con la finalidad de lograr utilidades y mantener constantemente las operaciones en caso que suceda imprevistos debido a factores externos. Este fondo permitirá que una empresa no detenga por ninguna situación sus actividades además debemos tomar en cuenta debe ser calculado según las operaciones o giro del negocio tomando en cuenta todos sus costos y gastos (Gitman, 2010).

### **2.2.7.4 Presupuesto de Ingresos**

Unas de las principales fuente de ingreso de una unidad económica están representadas por las ventas de sus productos o servicios, de esta manera concluimos que la primera fuente para desarrollar un presupuesto son las previsiones del ingreso sin embargo es importante recalcar que es más factible tomar datos de los ingresos brutos para poder realizar un presupuesto eficiente (Marketing Publishing, 1994).

### **2.2.7.5 Presupuesto de Egresos**

El presupuesto de egreso está compuesto por todos de gastos y costos que incurre una unidad productiva y este a la vez representan una disminución de los recursos monetarios la proporción de estos egresos representan el reembolso de productos o servicios que la empresa recibe a través de terceros que son necesarios para su correcta operación y desarrollo de la actividades o giro del negocio (Marketing Publishing, 1994).

### **2.2.7.6 Flujo de Efectivo**

El flujo de efectivo también llamado flujo de caja o *cash flow* refleja las variaciones de ingresos y egreso monetarias de un determinado periodo misma que permite puede establecer si existe un superávit o déficit en la empresa (Marketing Publishing, 1994).

### **2.2.7.7 Balance General**

El balance general es un documento fuente de información económico el cual se presenta al final de cada año fiscal , en la que se encuentra plasmado la situación económica y financiera de una empresa en un periodo de tiempo. Los elementos que componen al balance general son las siguientes:

- ✓ Activos
- ✓ Pasivos
- ✓ Capital Contable o Patrimonio (Gonzales, 2014).



### **2.2.7.8 Estado de Ganancias y Pérdidas**

El estado de ganancias y pérdidas o también conocido por algunos autores como estado de resultado o rendimiento, considerado un informe financiero en la que expresa la rentabilidad de la empresa durante un periodo determinado es decir las ganancias o pérdidas que la empresa pudo obtener en el transcurso del desarrollo de sus actividades económicas (Gonzales, 2014).

Los elementos que componen este estado financiero son los siguientes:

- ✓ Ingresos
- ✓ Costos y Gastos

### **2.2.7.9 Evaluación financiera**

La evaluación financiera es el análisis o estudio indispensable que ayuda a determinar los niveles de rentabilidad de que un proyecto ha alcanzado este consiste en la comparación de los ingresos que genera el proyecto con los costos que realiza considerando los costos que ha realizado la empresa por un tiempo establecido (Urbina, 2010).

### **2.2.7.10 Contabilidad financiera**

La contabilidad financiera es un área de la contabilidad que su finalidad principales es preparar y elaborar información contable destinada a los usuarios externos o miembros de un empresa en el cual da un resumen acerca de todos los movimientos contables que realiza un organización tomando en cuenta la normativa vigente de cada país y demás normar y reglamentos para su correcta presentación (Colin, 2008).

#### **2.2.7.11. Contabilidad de costos**

La contabilidad de costos es empleada para la recoger, registrar, controlar, analizar e interpretar información relacionada con la producción de un bien o servicio de tal manera que esta permita de esta manera la toma de decisiones optimas relacionadas con la planeación y control de los recursos (Colin, 2008).

#### **2.2.7.12 Periodo de recuperación de la Inversión**

Es el tiempo necesario para que una empresa o unidad productiva recupera la inversión inicial, misma que se obtiene a partir de las entradas de efectivo que en su mayoría son ingresos por concepto de ventas que se van dando cada año de operación (Urbina, 2010).

#### **2.2.7.13 El Retorno Sobre la Inversión**

Este concepto ha sido considerada un razón financiera utilizada para realizar una breve comparación del beneficio o la utilidad derivada durante un periodo de operaciones de una empresa con la inversión inicial en otra palabra nos ayuda a evidenciar si el proyecto nos está generando beneficios fructíferos (Urbina, 2010).

#### **2.2.7.14 Valor Actual Neto VAN**

Es el valor considerado es un criterio que basa en brindar datos actualizados con relación a los cobros y pagos de un emprendimiento o proyecto el cual nos facilita para visualizar si nos va a generar rentabilidad o nos generará un perdida en el transcurso de un tiempo (Urbina, 2010).

### **2.2.7.15 Tasa Interna de Retorno TIR**

Esta tasa es un porcentaje denominado como beneficio de pérdida que la función principal es de medir la rentabilidad de la inversión realizada, tomando en cuenta el capital al principio de cada periodo (Urbina, 2010).

### **2.2.7.16 Punto de equilibrio**

Expresa que el punto de equilibrio es la situación en que dos fuerza opuestas se compensan entre sí, ocurre cuando los precios hace que los planes de consumidores, clientes, público en general y vendedores se relacionen entre sí, es decir el precio de equilibrio es el precio en el que la cantidad demandada e igual a la cantidad ofertada (Parkin, 2009).

### **2.2.8 Naturaleza del negocio**

Antes de iniciar un negocio es indispensable definir de forma clara la esencia del mismo, que metas se proponen a través de su creación, la misión que persigue y el origen de la idea del negocio, para esto es necesario analizar algunos puntos:

- ✓ La idea del negocio
- ✓ Justificación
- ✓ Nombre de la empresa
- ✓ Tipo de empresa
- ✓ Misión, Visión, Valores, Objetivos y Ventaja competitiva
- ✓ Todos estos aspectos son de vital importancia al momento de emprender según nos manifiesta el autor (Jacob, 2011)

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

En el presente capítulo se presentará el estudio de mercado mismo que fue efectuado en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura con la finalidad de establecer el nivel de aceptación para la creación de un Sushi Bar, facilitando de esta manera conocer las necesidades existentes en la población con respecto a la adquisición de servicios de comida.

Para el desarrollo del estudio, se ha tomado en cuenta a la competencia existente, los gustos, preferencias y demás parámetros que permitan delimitar la demanda potencial y la oferta del sector a la vez determinar la oportunidad para la implementación del proyecto. Es necesario también mencionar que un correcto estudio de mercado encamina a la elaboración e implementación de estrategias acordes a la realidad y necesidades de los consumidores.

Para el desarrollo del estudio se utilizaron información documental, de páginas web relacionadas con el tema, se ejecutó técnicas como; encuestas, observación, entrevista para los cuales se usaron fichas de observación y cuestionarios. Las encuestas se aplicaron a una muestra la población Otavaleño y turistas nacionales y extranjeros. Los datos para calcular la muestra es información sustraída del INEC y el Ministerio de Turismo.

### **3.1.1 Objetivos del estudio de mercado**

### **3.1.2 Objetivo General**

Efectuar un estudio de mercado con el objetivo de identificar la oferta, la demanda insatisfecha, los principales comportamiento del mercado y estrategias de comercialización para la creación de un Sushi Bar en la ciudad de Otavalo

### **3.1.3 Objetivo específicos**

- Analizar el sector competitivo del área gastronómico de la ciudad de Otavalo
- Analizar la oferta de productos afines al sushi en el mercado Otavaleño
- Establecer las características de la demanda del servicio.
- Definir las estrategias de marketing que se utilizará para comercializar el sushi.

### 3.2 Variables e Indicadores

**Tabla 10** *Variables e Indicadores del Estudio de Mercado*

<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>Rivalidad de competidores actuales</b>	Número de competidores Estructura de costos Influencia del líder
<b>Productos sustitutos</b>	Tendencia del consumidor para sustituir Costo o facilidad del comprador Calidad del sustituto
<b>Nuevos entrantes</b>	Acceso a tecnología
<b>Proveedores</b>	Número de proveedores en el sector
<b>Compradores</b>	Concentración de compradores
<b>Oferta</b>	Empresas que ofertan Ubicación Ventaja competitiva o aspecto de diferenciación
<b>Demanda</b>	Características deseadas del producto Tipo de restaurantes Frecuencia de compra Ubicación del Restaurante
<b>Comercialización</b>	Nivel de aceptación del servicio Marca, logo y eslogan Presentación del Plato Determinación del precio Lugar de venta del servicio Estrategias de comunicación

---

**Elaborado por:** La autora  
**Años:** 2017

**FUERZAS DE PORTER**

**Tabla 11** *Matriz de relación de Estudio de Mercado*

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÈCNICAS</b>	<b>FUENTE</b>
<b>Analizar el sector competitivo al que pertenece el negocio</b>	<b>Rivalidad de competidores actuales</b>	-Número de competidores	Inv. de campo	Mercado/medios de com.
		Estructura de costos	Entrevistas/Inv. de campo	Mercado/medios de com.
		Influencia del líder	Inv. de campo	Mercado/medios de com.
	<b>Productos sustitutos</b>	-Tendencia del consumidor para sustituir	Inv. de campo/Entrevista	Mercado/medios de com.
		Costo o facilidad del comprador	Entrevistas/Inv. de campo	Mercado/medios de com.
	<b>Nuevos entrantes</b>	Calidad del sustituto	Inv. de campo	Mercado/medios de com.
		-Acceso a tecnología	Inv. de campo	Mercado/medios de com.
<b>Analizar la oferta de productos afines al sushi en el mercado Otavaleño</b>	<b>Proveedores</b>	-Número de proveedores en el sector	Inv. de campo	Mercado/medios de com.
	<b>Compradores</b>	-Concentración de compradores	Entrevistas/Inv. de campo	Mercado/medios de com.
	<b>Oferta</b>	-Empresas que ofertan	Inv. de campo	Mercado/medios de com.
		Ubicación	Inv. de campo	
		Ventaja competitiva o aspecto de diferenciación	Inv. de campo	Mercado/medios de com.

<b>Establecer las características de la demanda del servicio</b>	<b>Demanda</b>	Características deseadas del producto	Encuesta	Clientes
		Tipo de restaurante	Encuesta	Clientes
		Frecuencia de compra	Encuesta	Clientes
		Ubicación de Restaurante	Encuesta	Clientes
<b>Definir las estrategias de marketing que se utilizará para comercializar el sushi.</b>	<b>Comercialización</b>	Nivel de aceptación del servicio	Encuesta	Clientes
		Marca, logo y eslogan	Encuesta	Clientes
		Presentación del Plato	Encuesta	Clientes
		Determinación del precio	Encuesta	Clientes
		Lugar de venta del servicio	Encuesta	Clientes
		Estrategias de comunicación	Encuesta	Clientes

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2017



### 3.3 Determinación de la población de estudio

El presente proyecto se establecerá en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura razón por la cual se tomará en cuenta a la Población Económicamente Activa del cantón y los turistas tanto nacionales como extranjeros. La PAE de acuerdo al censo realizado por el INEC en 2010 corresponde a 52941 habitantes con una tasa de crecimiento de 1,68%.

**Tabla 12** *Proyección de la Población Económicamente Activa*

AÑO	PEA
2010	52941
2011	53830
2012	54735
2013	55654
2014	56589
2015	57540
2016	58507
2017	59490
2018	60489

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2017

De acuerdo a los estudios del INEC realizado en el 2010, Otavalo ha sido considerada como una ciudad de ingreso medio. Para el cálculo de la muestra, en población se ha tomado en cuenta a la Población Económicamente activa que se encuentran laborando en las siguientes ramas: educación que representa 6,89%, salud pública-privada con un 3,52%, telecomunicación con el 2,89%, actividades profesionales científicos y técnicos el 2,91% actividades inmobiliarias 2,32%, administración pública y defensa, 3,50%, finanzas y seguros con el 3,16%, servicios administrativos y de apoyo 2,78%, y servicio hoteleros con 4,87% . Hemos considera este segmento de la población debido a que poseen un ingreso medio. Por otro lado tenemos a los turistas nacionales y extranjeros el número de turistas es el promedio de visitantes de los ultimo primer semestre del año 2017 según el Departamento de Turismo del Municipio de Otavalo.

**Tabla 13** *Conformación de la población*

<b>POBLACIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>
Población Económicamente Activa con un ingreso medio	19,867
Turistas Nacionales y extranjeros	8820
<b>TOTAL</b>	<b>27,887</b>

**Fuente:** Inec 2010, Ministerio de Turismo

**Elaborado por:** La autora

### **3.3.1 Definición y tamaño de la muestra**

Para el cálculo de la muestra se aplicará fórmula presentada más adelante en la que utilizaremos los siguientes datos: nivel de confiabilidad del 95% y un margen de error de 0,05%.

#### **✓ Variables requeridas para el cálculo**

n= Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

P = Probabilidad de Ocurrencia

Q = Probabilidad de Fracaso

Z = Constante nivel de confianza.

e = Nivel de error.

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

Donde lo datos se presentan de la siguiente manera:

**Tabla 14** *Simbología de la muestra*

Z	95% que equivale <b>1,96<sup>2</sup></b>
P	0,5
Q	0,5
E	0,05 <sup>2</sup>
N	27,887
N	?

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

Aplicación matemática:

$$n = \frac{27,887 * 0,5 * 0,5 * 1,96^2}{(27,887 - 1) * 0,05^2 + 0,5 * 0,5 * 1,96^2}$$
$$n = \frac{26782,74}{70,67}$$
$$n = 378,98$$
$$n = 379$$

Una vez finalizado el cálculo de la muestra, para nuestro estudio es necesario ejecutar 379 encuestas mismas que lo realizaremos a la población de la ciudad de Otavalo y turistas nacionales como extranjeros. Las 379 encuestas a ser aplicadas se distribuyen de la siguiente manera:

**Tabla 15** *Distribución de la aplicación de encuestas*

POBLACIÓN		NÚMERO DE ENCUESTAS
Población Otavaleña	79%	269
Turistas Nacionales y extranjeros	21%	110
Total	<b>100%</b>	<b>379</b>

**Elaborad por:** La autora

**Año:** 2018

### 3.4 Indicadores de las variables.

Para el análisis de las variables se ha realizado investigación documental, información extraída del Catastro Municipal de Otavalo, PDOT Otavalo, encuestas, adicionalmente se ha aplicado la técnica de observación e investigación documental mismos que lo detallamos a continuación.

#### 3.4.1 Rivalidades de competidores actuales

En cuanto a competidores es importante recalcar que en la ciudad de Otavalo no se encuentra establecido un local que ofrezca ese tipo de servicio en cuanto a comida, sin embargo podemos mencionar que existe un restaurante en la ciudad de Ibarra, ubicada aproximadamente a 35 minutos de distancia de Otavalo, su denominación social es Suitón Sushi consideramos competencia debido a que se encuentra en la misma provincia a poca distancia de la ciudad de Otavalo y es importante mencionar que este establecimiento es el único lugar en la provincia que ofrece este tipo de servicio.

##### 3.4.1.2 Número de competidores

**Tabla 16** *Número de competidores*

COMPETIDORES DENTRO DE LA CIUDAD DE OTAVALO	COMPETIDORES EN LA PROVINCIA	PROPIETARIO	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN
No	Si	Ricardo León	Suiton Sushi	Olmedo 221 y Rafael Troya, Ibarra

**Fuente:** Observación directa

**Elaborado por:** La autora

### 3.4.1.2 Estructura de costos

Suiton Sushi se dedica al expendio de gastronomía oriental entre sus variados platos está el Sushi un platillo exótico de origen japonés, con relación al precio varían según la elección del menú, los precios oscilan desde los 6,00 y 38,90. A continuación los precios oficiales de los platos más distintivos que ofrece de Suitón Sushi.

**Tabla 17** Precios al público del producto

DETALLE DE PLATILLO	PIEZAS	PRECIO FINAL AL PÚBLICO
Rollos fríos y calientes (ingredientes diferentes)	5 Piezas	6,75
	10 piezas	11,95
Sashimi ( diferentes ingredientes)	3 piezas	5,95
Niguiris ( diferentes ingredientes)	2 piezas	4,75
Temakis	2 piezas	6,95
Combinaciones especiales.	16 piezas	17,70
	24 piezas	27,70
	35 piezas	38,90

**Fuente:** Ficha de Observación –Anexo 2

**Elaborado por:** La autora

Los valores económicos presentados anteriormente son los precios oficiales del menú extenso que oferta SUTTON SUSHI, cabe recalcar que son cantidades significativas debido a los ingredientes que utilizan en su preparación.

### 3.4.1.3 Influencia del líder

SUTTON SUSHI, por ser el único establecimiento en la provincia de Imbabura en ofrecer este tipo de servicio y al encontrarse establecido en el mercado por 8 años. He considerado como el líder del mercado; cuenta con amplio establecimiento al estilo oriental con una capacidad para

35 personas, ofrece un menú extenso de comida tradicional asiático y está ubicado en un lugar de concurrencia de la ciudad Ibarra.

### 3.4.2 Productos sustitutos

Los productos sustitutos son considerados aquellos que se encuentran dentro de un mismo mercado, a la vez este es caracterizado por satisfacer al consumidor una misma necesidad, en algunos casos el sustituto ofrece un valor agregado. El mercado Otavaleño con relación al área gastronómica, cuenta con varias opciones desde comida gourmet hasta crepes y no pueden faltar los platos típicos de la ciudad. A continuación presentamos la lista de los establecimientos que ofrecen servicio de comida en la ciudad de Otavalo de acuerdo al Catastro Municipal de Otavalo.

**Tabla 18** *Servicios de Alimentación en Otavalo*

N°	RAZÓN SOCIAL	TIPO DE COMIDA
1	Restaurante Típica Alice	Casera
2	Mi viejo Café	Casera
3	Napolitana	Rápida
4	Pizzería Blue Rose	Rápida
5	Beto's	Casera
6	Cositas Finas de la Sucre	Típica
7	Carne Asada mi Oficina	Asados
8	Ally Alada	Típica
9	Cevichería el Mariscal	Mariscos
10	Picantería Mama Luz	Típica
11	La cocina de Alberto	Mariscos
12	Mexican Food	Rápido
13	Rincón de Italia	Casera
14	La casa de don Cangrejo Otavalo	Mariscos
15	Chinos Snack Bar	Rápido
16	Pollo a la Braza	Rápida
17	Papi Pollo	Rápida
18	Poutín	Rápida
19	San Valentín Pizzas	Rápida
20	Oscar Pizzería	Rápida
21	Khalil	Típica
22	Camba Huasi	Típica

23	Comedor el Decanzo	Rápido
24	Asadero el Pollazo	Rápido
25	Restaurante Pepelú	Casero
26	Chifa El Cantón	Chifa
27	Comida Manabita 100% Chonera	Mariscos
28	Mi Descansó	Casero
29	El rey de la Sazón	Casero
30	Buena Vista	Casera
31	Las parrilladas del Grill	Asados
32	La tablita de tártaro	Rápida
33	Lemcom Ch´urros	Casera
34	Dony´s Pizza	Rápida
35	Restaurante Samary	Típica
36	Chifa Tien Amen	Chifa
37	Chifa Bei Yuan	Chifa
38	Fritada Lupita	Típica
39	Restaurante Elenita	Casera
40	Arte & Tarot Café Bar	Rápida
41	La Fontana di Trevi	Casera
42	La Parrillada del Tío Jessy	Asados
43	Sisa	Típica
44	El Indio	Típica
45	Salinerito	Rápida- Cafetería
46	La Taberna	Rápida

**Fuente:** Catastro Municipal de Otavalo- Anexo 5

**Elaborado por:** La autora

**Año:**2018

Como podemos evidenciar la ciudad de Otavalo tiene una gran concentración de restaurantes, cafeterías y bares donde ofrecen servicio de comida, de acuerdo al Catastro Municipal de Otavalo actualmente se encuentran establecidos 46 locales, cabe recalcar que el servicio que ofrece cada establecimiento es diferente al presente proyecto. Por tal razón hemos considerado productos sustitutos ya que satisface una misma necesidad humana.

### 3.4.2.1 Tendencia del consumidor para sustituir

Otavaló en el sector gastronómico tiene muchas opciones en donde los comensales pueden elegir entre platillos tradicionales, comida rápida, vegetariana o comida casera es muy importante tomar en cuenta que un significativo personas al visitar un determinado lugar consume un plato que lo caracteriza a la ciudad y otros solo van en busca de experimentar nuevos sabores y satisfacer a su paladar a través de platillos exóticos.

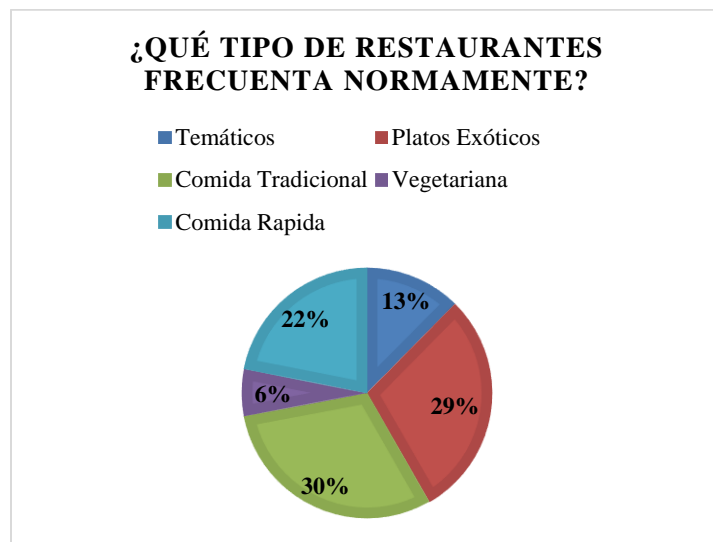
**Tabla 19** Tendencias del consumidor

VARIABLE	FRECUENCIA
Temáticos	47
Platos Exóticos	111
Comida Tradicional	115
Vegetariana	23
Comida Rápida	83
Total	<b>379</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado:** La autora

**Figura 5** Tipo de restaurantes



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado:** La autora



Al finalizar la encuesta podemos evidenciar que un porcentaje significativo tiene una gran preferencia por consumir comida tradicional lo que caracteriza a la ciudad de Otavalo por ser una ciudad milenaria con tradición y cultura, sin embargo un 29% de encuestados buscan apreciar nuevos platillos o un menú exóticos, además es importante manifestar que otro segmento con mayor porcentaje prefiere la comida rápida.

### 3.4.2.2. Costo o facilidad del comprador

El costo de los productos sustitutos varía de acuerdo al servicio que este ofrece al mercado, a continuación el costo de los principales sitios gastronómicos de la ciudad.

**Tabla 20** *Costo de los productos sustitutos*

TIPO DE COMIDA	PRECIO MINIMO AL PÚBLICO
Comida Tradicional	Desde los \$2,25
Mariscos	Desde los\$ 3,75
Asados y Parrilladas	Desde los \$7,50
Comida Rápida	Desde \$1,25
Chifas	Desde \$3,25
Vegetarianos	Desde \$3,75

**Fuente:** Ficha de Observación Anexo 3

**Elaborado:** La autora

Una vez finalizado el análisis podemos demostrar que los restaurantes y locales de comida ponen a disposición platos con precios muy accesibles, sin embargo aquellos restaurantes que ofrecen platos gourmet o un menú especial pueden tener un precio más elevado, que varían de acuerdo a los ingredientes y acompañados. Los precios de los platos que más consumen en la ciudad están en el rango de \$2,25 hasta los \$8,50.

### **3.4.2.3 Calidad del sustituto**

Para determinar la calidad del servicio de los productos sustitutos hemos aplicado una entrevista a varios comensales con la finalidad de establecer el restaurante más frecuentado y la calidad de servicio que ofrece 2 de 5 encuestado manifestaron que frecuentan el Bar-Grill “LA TABERNA”. *Anexo 3* en este establecimiento se puede encontrar una variedad de platos en comida rápida los precios varían desde los \$4,50 en adelante el servicio lo han considerado buena y además tiene una excelente ubicación en el centro de la ciudad.

### **3.4.2.4 Acceso a tecnología**

Es claro que el mundo de la tecnología da pasos agigantados, y en la parte de la gastronomía también ha ido evolucionando, convirtiéndose en un factor indispensable debido a que permite mejorar sus servicios. Los centros gastronómicos en la actualidad poseen lo que se conoce tecnología básica, cuentan con televisores, servicio de internet inalámbrico, máquinas registradoras en algunas ocasiones paneles de selección para el menú. Además se puede evidenciar que el uso de la tecnología en la ciudad en cuanto a la preparación de los productos es escasa en la mayoría de establecimientos. Sin embargo las cafeterías constituidas recientemente tienden a tener máquinas industriales para el procesamiento del café. Con relación al cuidado y conservación de los alimentos han introducido tecnología de enfriamientos en algunos establecimientos, todo esto con la finalidad de brindar un servicio de calidad y garantizar un momento agradable a los comensales. Para constancia *Anexo 4*

### **3.4.3 Proveedores**

#### **3.4.3.1 Número de proveedores en el sector**

La ciudad de Otavalo es un sector comercial en diferentes ámbitos por tal motivo el centro de la ciudad converge muchos locales comerciales que tiene la finalidad de satisfacer las necesidades. Las tiendas comerciales que ofertan instalación e indumentario para servicios de cocina en la ciudad es INMSSA ubicada en el Barrio San Sebastián, he considerado a este proveedor por mantener un servicio de calidad a precios cómodos. En relación con la adquisición del menaje y utilería de cocina tras haber realizado un análisis tenemos como proveedor SUMAK HOGAR (Ver proforma 1) , para la adquisición de los artefactos he observado conveniente las ofertas de MARCIMEX S.A. (Ver proforma 2)

En cuanto a la provisión de insumos para la preparación de los platos tenemos a SUPERMAXI (Ver Anexo 6), empresa ecuatoriana ubicada en la ciudad de Ibarra donde pretendemos adquirir: el salmón, camarón, queso crema, atún, arroz para sushi, jengibre, caviar, salsa de soya, vinagre, y pulpo. En cuanto a hortalizas y vegetales podemos encontrar en el Mercado 24 de Mayo de la ciudad de Otavalo (Ver Anexo 7) o a su vez el Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra donde podemos conseguir en mayor cantidad y a precios bajos.

### **3.4.4 Compradores**

#### **3.4.4.1 Concentración de compradores**

Otavalo tiene gran concentración y movimiento comercial por todo el centro de la ciudad por tanto es importante mencionar que los puntos estratégicos son: la calle Bolívar en la cual existe una concentración de restaurantes, farmacias, tiendas de ropa y artesanías, la Plaza de Ponchos conocida internacionalmente es el lugar más frecuentado de la ciudad especialmente los fines de

semana por los turistas tanto nacionales como extranjeros, la calle Sucre es la calle principal de la ciudad donde se encuentran establecidos locales textiles, restaurantes, instituciones financieras, pública y privadas entre otros.

En cuanto a los horarios y días que tiene mayor congestión se ha determinado de la siguiente manera a partir de las 13:00pm hasta las 21:00pm de Lunes a viernes cabe recalcar que existe mayor afluencia de visitantes y transeúntes los miércoles y fines de semana debido a la feria artesanal desarrollada en la Plaza de Ponchos y la Calle Sucre. Los fines de semana se intensifican los horarios de mayor concentración mismos que va desde la 8:00am hasta las 22:00pm.

### **3.6 Análisis de Oferta**

#### **3.6.1 Ubicación de locales que ofertan**

Como mencionamos anteriormente en la ciudad de Otavalo no existe la oferta de sushi, a pesar de ello se ha considerado a Suiton Sushi, un restaurante al estilo oriental ubicado en la ciudad de Ibarra en las calles José Joaquín Olmedo, Rafael Troya, aproximadamente a 35m de la ciudad de Otavalo, la atención es de lunes a sábado en el horario 16:00pm a 22:00pm y los domingos operan bajo pedidos.

#### **3.6.2 Ventaja competitiva**

Suiton Sushi, ofrece un producto catalogado saludable con un sabor singular, novedoso y único en el mercado Ibarreño. Ofrece una gran variedad de Sushi al estilo oriental acompañado con salsas tradicionales creaciones del Chef.

- Única y legal

Esta registrado en el catastro de la Ciudad de Ibarra y cumple con los permisos pertinentes y necesarios que solicita la Municipalidad de Ibarra.

- Netamente superior a la competencia

Es líder del mercado Ibarreño, puesto que no hay otro establecimiento que ofrezca este servicio.

- Posesión de Patente

La razón social del establecimiento se encuentra patentado en el IEPI.

- Equipo Profesional calificado

Suiton Sushi cuenta con un personal altamente calificado, en cuanto a servicio y preparación del platillo. La preparación del producto anteriormente era realizado el propietario quien aprendió de un Chef Japonés. Actualmente cuenta con un Chef profesional que elabora los diferentes platillos.

### **1.6.3 Estimación Volumen de la Oferta**

En la provincia de Imbabura existe solo un local que se dedican a prestar este tipo de servicio en el área gastronómico está ubicado en la ciudad de Ibarra. Este establecimiento brinda sus servicios de lunes a sábado en el horario de 16:00pm a 22:00pm y los domingos bajo pedido. No se puede mencionar un número exacto de platos que produce diariamente ya que esto depende de la cantidad de visitantes que deciden apreciar este platillo, por tal motivo tomamos como base la capacidad instalada del local. Este establecimiento tiene una acogida para 35 personas, por lo que hemos supuesto que puede acoger 22 comensales diarios como mínimo en los días comprendidos de lunes a viernes y los sábados por ser considerado un día de descanso obligatorio aumenta el números de comensales a 30.

Con los datos antes mencionados estamos en la capacidad de estimar el volumen de oferta de la competencia tomando en cuenta que si la capacidad total del servicio es de 35 personas, pero al día se recibe un promedio de 26 comensales y con el supuesto que cada uno consume o realiza el pedido de un platillo, si el servicio lo ofertan de lunes a viernes tenemos que atienden a 520 platos mensuales.

Por otra parte, podemos mencionar que si la capacidad de atender los fines de semana es de 40 comensales el competidor puede ofertar el servicio de 140 platos. Adicionalmente tomaremos en cuenta que los domingos trabajan con un promedio de 20 pedidos. Dando un total de volumen mensual de 700 platos. Este resultado que está expuesto a variar de acuerdo al comportamiento del mercado y tendencias del consumidor.

#### **1.6.3.1 Proyección de la Oferta**

Para el desarrollo de la proyección de la oferta se utilizará la tasa de crecimiento del Producto interno bruto que es de 3,26%, dato obtenido según el boletín del Banco Central de Ecuador a noviembre del 2017 y el número de oferta se obtuvo con información de Suiton Sushi el principal proveedor de este servicio en la provincia.

Para realizar la proyección se utilizarán los siguientes datos:

- ✓ **Oferta:** 700
- ✓ **Tasa de Crecimiento PIB noviembre 2017:** 3,26
- ✓ **Años de proyección:** 5 años

**Tabla 21** *Proyección de la oferta*

PROYECCIÓN DE LA OFERTA							
AÑO			1	2	3	4	5
Variable	Oferta	700	723	746	771	796	822

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2018

Una vez realizado los cálculos se puede expresar que la oferta es significativa cabe recalcar que ha sido tomado en cuenta el único oferente de sushi establecido en la ciudad de Ibarra. Y en función del crecimiento del PIB podemos evidenciar que la cantidad aumenta cada año lo que significa que cada cierto tiempo ganará espacio en el mercado con este servicio.

### 3.7 Análisis de la Demanda

#### 3.7.1 Tipo de Restaurante preferido

**Tabla 22** *Tipos de restaurante que frecuenta*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Temáticos	47	12,40
Platos Exóticos	111	29,29
Comida Tradicional	115	30,34
Vegetariana	23	6,07
Comida Rápida	83	21,90
Total	<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Figura 6** Tipo de restaurante que frecuentan



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

Los datos demuestran que un gran número de comensales que representa el 30% prefiere visitar restaurantes donde ofrecen comida tradicional: este agrupa entre comida típica de la zona y platillo caseros, de igual manera tiene una representación significativa del 29% aquellos comensales que prefieren restaurantes donde ofrecen platos exóticos en este segmento incluye el platillo que pretendemos ofrecer, el consumo de comida rápida también es relevante en la ciudad de Otavalo.

### 3.7.2 Característica deseada del producto

**Tabla 23** Características deseadas del producto

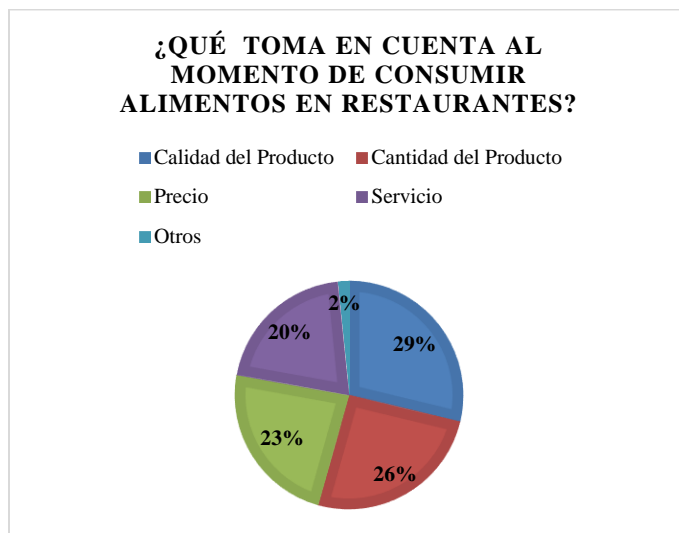
VARIABLE	FRECUENCIA	%
Calidad del Producto	109	28,76
Cantidad del Producto	97	25,59
Precio	89	23,48
Servicio	78	20,58
Otros	6	1,58
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora



**Figura 7** Características deseadas del producto



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

De acuerdo al estudio realizado podemos evidenciar que lo que más valoran los comensales en el servicio de comida es la calidad del producto, seguido con un número representativo la cantidad del producto y el precio. Estos son los principales factores que toman en cuenta al momento de visitar un sitio gastronómico con la finalidad de satisfacer una necesidad.

### 3.7.3 Frecuencia de Visita

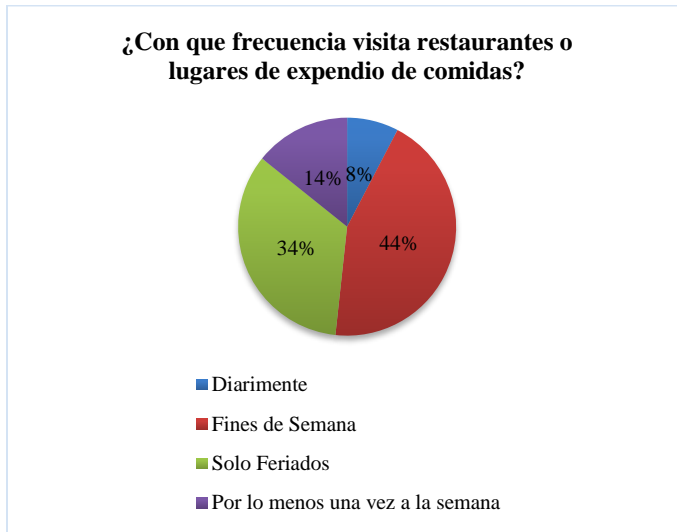
**Tabla 24** Frecuencia de los comensales

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Diariamente	29	7,65
Fines de Semana	167	44,06
Solo Feriados	129	34,04
Por lo menos una vez a la semana	54	14,25
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Figura 8** Frecuencia de los comensales



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

En la actualidad los horarios de las personas se han convertido complejas por lo que muchos aprovechan la hora de comida como un momento ameno de unión y de compartir experiencias como se puede apreciar el gráfico un número representativo de comensales visitan los servicios de comida los fines de semana, los días declarado en nuestro país como feriados y un número inferior de comensales visitan diariamente los restaurantes, en este grupo se incluyen especialmente los profesionales que no pueden ir a la hora de comida a sus hogares.

### 3.7.4 Ubicación del restaurante

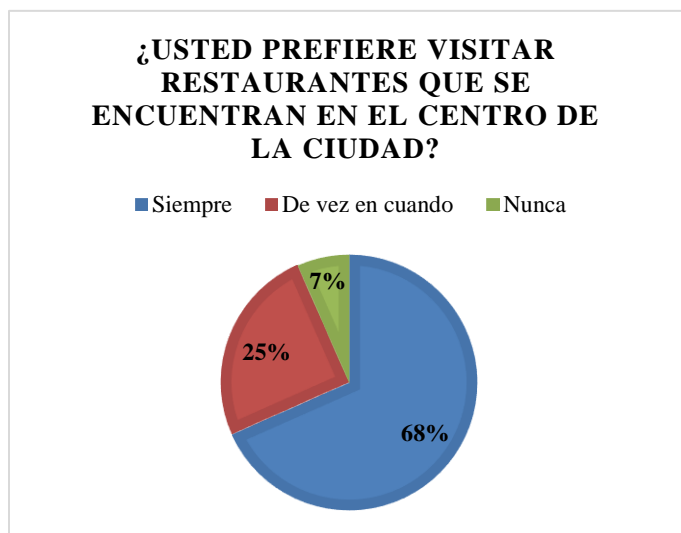
**Tabla 25** Preferencia de ubicación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Siempre	259	68,34
De vez en cuando	95	25,07
Nunca	25	6,60
Total	<b>379</b>	100,00

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Figura 9** *Preferencia de ubicación*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

De acuerdo a los resultados obtenidos con relación a la ubicación de los diferentes locales de comida; un porcentaje mayoritario que representa un 68% prefiere frecuentar los sitios gastronómicos ubicados en el centro de la ciudad, sin embargo otras personas deciden salir de la ciudad y visitar lugares aledañas a la ciudad de Otavalo.

### **3.7.5 Demanda potencial**

Para el análisis de la demanda potencial se ha utilizado los siguientes datos mismos que anteriormente ya fueron utilizados como universo total que es el número de la población Otavaleña con un nivel socio económico medio alto y el número de turistas que visitaron la ciudad en el tercer trimestre del año 2017.

**Tabla 26** *Total de demanda de Consumo*

---

Universo Total	<b>27887</b>
% de aceptación del servicio	73,03%
Subtotal	20365,88
Frecuencia de consumo de este servicio	47%
<b>Total de demanda</b>	<b>9571,96</b>

---

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

Tomando en cuenta datos obtenidos en el estudio de mercado y tras haber realizado el cálculo, se puede concluir que el total de demanda final es de 9572 platillos, al mes que debe cubrir el único ofertante de este servicio, que es Suiton Sushi cabe recalcar que este establecimiento quien ofrece este tipo de servicio está ubicado en la ciudad de Ibarra, por lo que se considera que existe una demanda insatisfecha en la ciudad de Otavalo.

### **3.7. 5.1 Proyección de la demanda**

Para realizar el cálculo de proyección de la demanda en la ciudad de Otavalo con relación al sushi utilizaremos los siguientes parámetros con la finalidad de obtener un dato confiable:

- ✓ **Demanda actual:** 9572
- ✓ **Tasa de crecimiento poblacional según el censo del INEC 2010:** 1,68%
- ✓ **Demanda a proyectar:** 5 años

Con respecto a la tasa de crecimiento población es un dato obtenido del último censo población en el año 2010.

**Tabla 27** *Proyección de la demanda*

	AÑO	1	2	3	4	5	
<b>Variable</b>	Demanda	9572	9733	9896	10063	10232	10404

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2018

**3.7.5.2 Balance de Oferta y Demanda****Tabla 28** *Balance de Oferta y Demanda*

DETALLE	BALANCE OFERTA DEMANDA
Demanda	9572
Oferta	700
Déficit	8872

Elaborado por: La autora

Año: 2018

Una vez realizado los cálculos necesarios de la estimación del volumen de oferta y demanda se desarrolla un análisis que nos permite comparar tanto la cantidad de oferta y la cantidad de demanda. El cual aborda un aspecto fundamental que es el déficit que nos da aproximadamente de 8872 platillos cuantía o dato que puede modificarse por las circunstancias del mercado, es importante recalcar que este número de platillo nos refleja que la ciudad de Otavalo tiene grandes posibilidades para el proyecto.

**3.7.5.4 Proyección Oferta y demanda****Tabla 29** *Proyección Balance Oferta/Demanda*

	PROYECCIÓN DE BALANCE OFERTA/DEMANDA					
	AÑOS					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>DEMANDA</b>	9572	9733	9896	10063	10232	10404
<b>OFERTA</b>	700	723	746,4	770,72	795,84	821,786
<b>DÉFICIT</b>	8872	9010	9449,60	9292,28	9436,16	9582,22

Elaborado por: La autora

Año: 2018

El déficit de un producto bien o servicio se puede dar por la ausencia de ofertantes en un determinado mercado. Como podemos observar una vez realizado el cálculo podemos concluir que existe una cantidad de déficit significativo con relación al servicio de un menú exótico en la ciudad. Es indispensable poner en manifiesto que este aspecto es un factor favorable para el presente emprendimiento, debido a que tenemos un gran segmento o grupo de personas de la ciudad de Otavalo con gustos, preferencia y tendencias diferentes distintos en el ámbito de la gastronomía convirtiéndose para el proyecto como futuros clientes potenciales, que apreciarían consumir este plato típico Japonés con altas propiedades nutricionales y un sabor único.

### 3.5.8 Análisis de la comercialización

#### 3.5.8.1 Nivel de aceptación

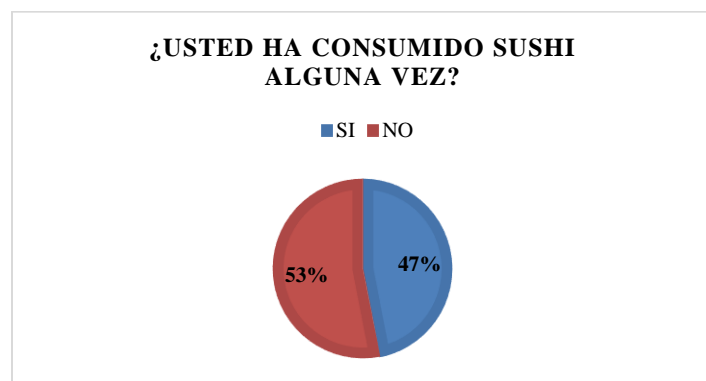
**Tabla 30** *Consumo de Sushi*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	178	46,97
NO	201	53,03
Total	<b>379</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Figura 10** *Consumo de Sushi*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

El sushi es un plato exótico en el ámbito gastronómico, y muchas personas lo han catalogada como un plato único por su sabor, el estilo de preparación y hasta su forma de consumo, en los países orientales es un platillo muy tradicional. La globalización ha dado pasos agigantados lo que ha permitido exportar e importar tendencias, modas, culturas a diferentes países del mundo. Las encuestas aplicadas abordan un resultado que un 53% de comensales si han degustado de este plato exótico. Otra cantidad significativa de encuestados manifestaron que no han consumido sin embargo han mostrado cierto interés en este servicio debido a que les resulta novedoso y diferente a los platillos que se encuentran establecidos en el mercado.

**Tabla 31** *Aceptación de la creación de un local de Sushi*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Me agrada	273	72,03
Me desagrada	106	27,97
Total	<b>379</b>	100,00

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Figura 11** *Aceptación de la creación de un local de Sushi*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

Otavalo tiene mucho locales gastronómicos y se puede evidenciar por la variedad de platos que ofrecen al público las opciones son diferentes desde platos sencillos hasta los denominados platos gourmet, sin embargo un número significado de encuestados apoyan la idea de la creación de un local de sushi en la ciudad por ser un plato exótico y vanguardista por otra lado tenemos un número considerado que han rechazado la propuestas su justificación ha sido el desconocimiento de este servicio.

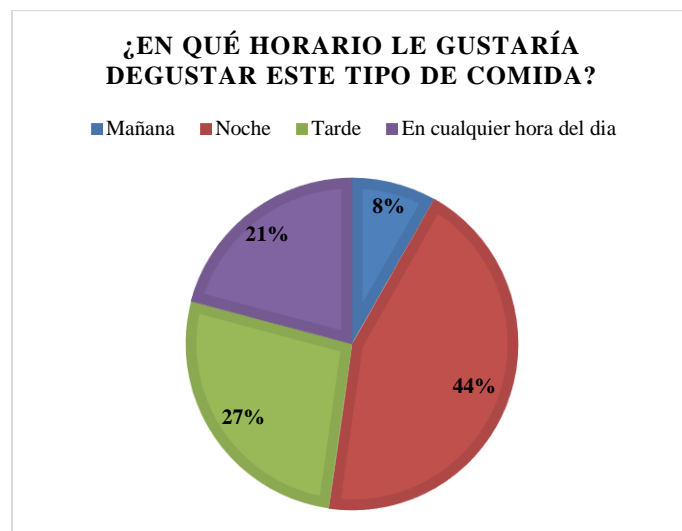
**Tabla 32** *Preferencia de Horario*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Mañana	31	8,18
Noche	167	44,06
Tarde	102	26,91
En cualquier hora del día	79	20,84
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Figura 12** *Preferencia de Horario*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora



Según el estudio realizado se concluye que el horario de mayor concurrencia a centros gastronómicos es el horario nocturno aprovechan este horario para pasar un momento agradable con sus allegados, compañeros o familiares. De igual manera un porcentaje significativo prefiere visitar en las tarde después de sus labores diarias y por ultimo recalcamos que un número minoritario manifiesta que no tienen un horario fijo y asiste a sitios gastronómicos dependiendo de la disponibilidad de tiempo libre.

### 3.7.6 Frecuencia de consumo

**Tabla 33** *Frecuencia de consumo*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Cada semana	31	8,18
Una vez al mes	179	47,23
Trimestralmente	90	23,75
Una vez al año	79	20,84
Total	<b>379</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Figura 13** *Frecuencia de consumo*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

De acuerdo a las encuestas aplicadas se concluye que los comensales visitarían el establecimiento de sushi una vez al mes, siendo esta el porcentaje mayoritario seguidamente

tenemos con una cantidad significativa que visitarían de manera trimestralmente. Como podemos evidenciar este resultado es muy bueno ya que son cifras significativas para el proyecto. Al ser un producto con un precio elevado los comensales no siempre presupuestan entre sus gastos adicionales.

### 1.7 Nombre, logo y Slogan

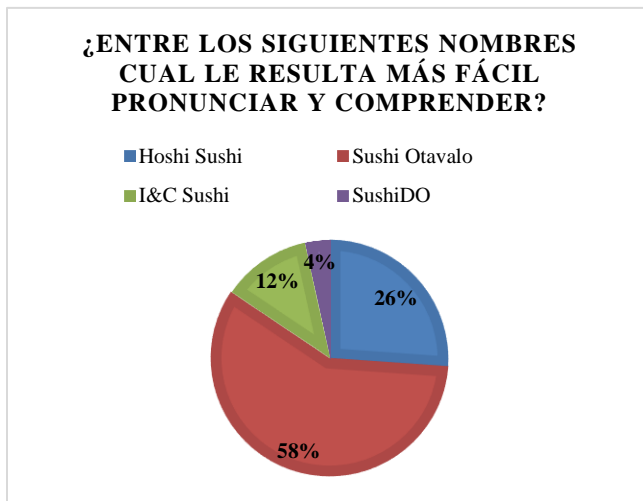
**Tabla 34** *Preferencia de nombres*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Hoshi Sushi	99	26,12
Sushi Otavalo	221	58,31
I&C Sushi	46	12,14
SushiDO	13	3,43
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Figura 14** *Preferencia de nombres*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

El nombre de la empresa es la marca con que la puede ingresar al mercado, el que describe brevemente con una sola palabra lo que la empresa va ofrecer, de acuerdo a las encuestas un 58%

han manifestado que el nombre de mayor comprensión, representativo para el plato y la ciudad es SUSHI OTAVALO, un 26% ha manifestado HOSHI SUSHI y los demás han optado por seleccionar las demás opciones con un número minoritario.

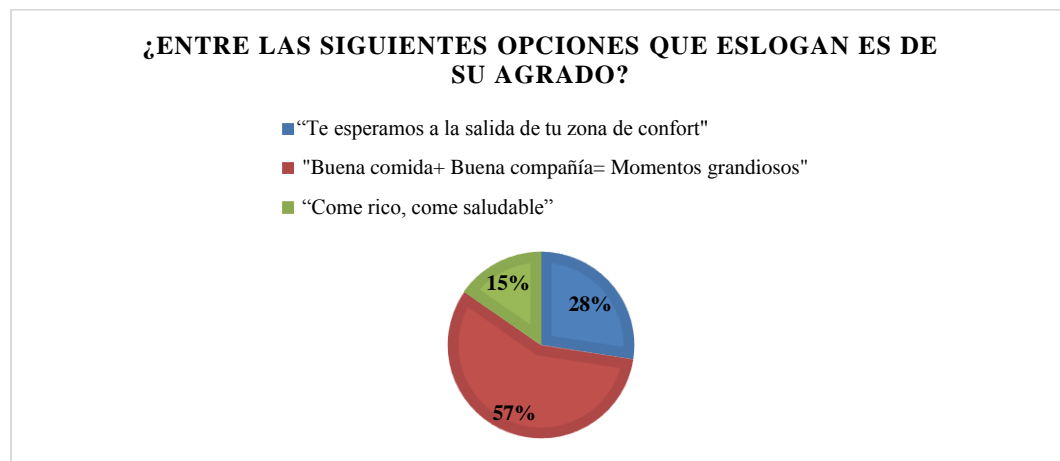
**Tabla 35** *Preferencia de Slogan*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
“Te esperamos a la salida de tu zona de confort”	104	27,44
"Buena comida+ Buena compañía= Momentos grandiosos"	217	57,26
“Come rico, come saludable”	58	15,30
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Figura 15** *Preferencia de Eslogan*



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

El eslogan lo consideramos como un lema publicitario que pueda resumir y presentar la idea del negocio, al analizar las respuestas de los encuestados el 57% han manifestado que el

eslogan “Buena comida+ Buena compañía= momentos grandiosos” es agradable para sus oídos, seguidamente con un 28% han optado por el siguiente eslogan “Te esperamos a la salida de tu zona de confort” que también es representativo y atractivo para servicio que pretendemos ofertar|.

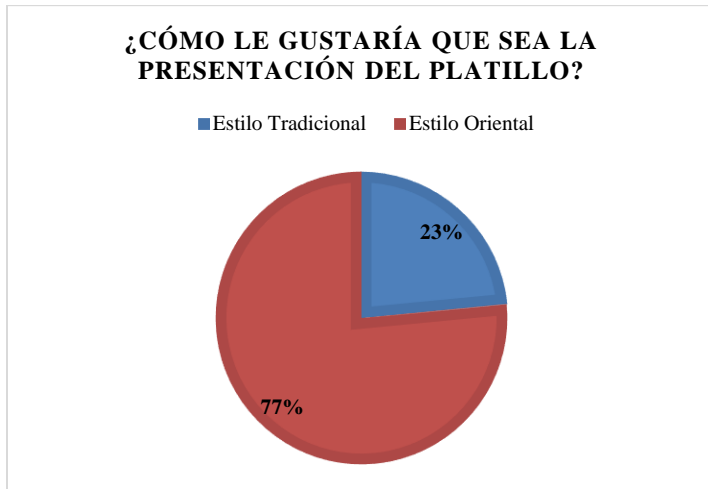
### 3.8.1 Presentación del Plato

**Tabla 36** *Estilo del plato*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Estilo Tradicional	89	23,48
Estilo Oriental	290	76,52
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La autora

**Figura 16** *Estilo del plato*



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La autora

El consumo de Sushi tiene una particularidad debido a que son piezas diseñadas para comer de un solo bocado o con el uso de palillos de bambú, en esta sección hemos propuesto dos estilos y ha tenido un nivel de aceptación de un 77% de los encuestados el estilo oriental que

consiste en utilizar palillos, platos y recipientes creados exclusivamente para servir sushi y sus acompañados, más sin embargo un 23% prefiere el consumir de manera tradicional es decir no utilizarían los palillos y se consumirían con la mano que también es una posibilidad al momento de consumir este menú exótico.

### 3.8.2 Determinación del precio

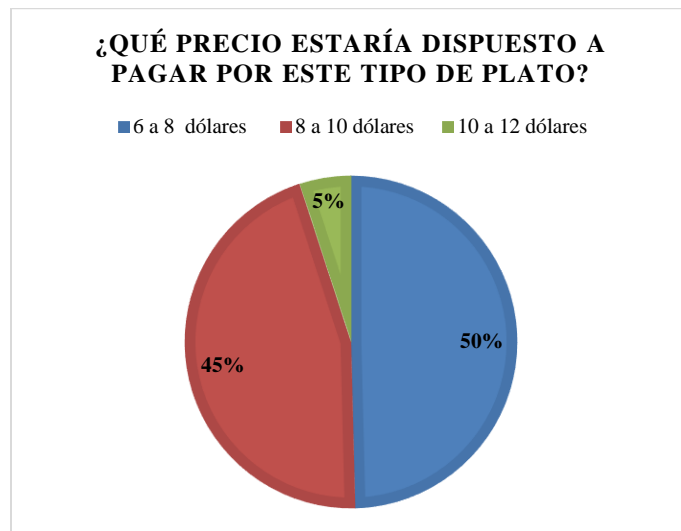
**Tabla 37** *Aceptación de precio*

VARIABLE	FRECUENCIA
6 a 8 dólares	188
8 a 10 dólares	172
10 a 12 dólares	19
<b>Total</b>	<b>379</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

**Figura 17** *Aceptación de precio*



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

En este segmento se enfocará en la determinación del precio para ello he tomado en cuenta los precios de la materia prima y se ha obtenido un precio estimado. El resultado de las encuesta ha abordado que un 50% estarían dispuestos a pagar por un plato entre \$6,00 y \$8,00 dólares, un

45% han manifestado que están dispuestos a pagar entre \$8,00 a \$10,00 dólares un punto importante a recalcar es que varias de las personas que optaban por un precio medio ya habían consumido sushi y les parece un precio justo acorde al servicio.

### 3.8.3 Estrategias de comunicación

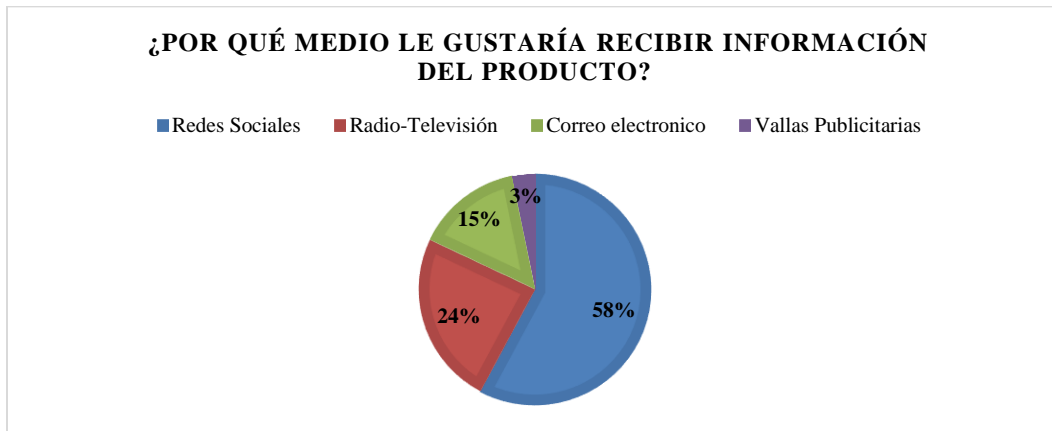
**Tabla 38** Medios para comunicar

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Redes Sociales	219	57,78
Radio-Televisión	92	24,27
Correo electrónico	56	14,78
Vallas Publicitarias	12	3,17
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

**Figura 18** Medios para comunicar



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** La autora

Interactuar con el público es una buena manera de atraer más posibles clientes, por eso en la actualidad la tecnología juega un papel fundamental al momento de transmitir información, por ello los resultados de la encuesta abordan que un 58% prefiere que se transmita todo tipo de información del servicio a través de redes sociales ya que es una herramienta indispensable en el

área de marketing por tanto toda la información del establecimiento, precios y posibles promociones se realizará a través de las páginas oficiales en redes sociales.

### **Análisis del Estudio de Mercado**

Tras haber realizar el estudio de mercado se llegue a las siguientes conclusiones:

- En la ciudad de Otavalo se ha determinado que no existe un restaurante que oferte sushi, sin embargo es importante mencionar que se encuentra establecido un sitio gastronómico que ofrece este servicio de comida en la provincia exactamente en la ciudad de Ibarra. El mismo que se encuentra en el mercado varios años y ha conquistado a los comensales con sus exóticos platos. Es indispensable también mencionar que se constituye como el líder en ofertar este tipo de servicio en la provincia
- Una vez desarrollado el estudio de mercado se determina que en la ciudad de Otavalo existe una diversidad de productos sustitutos que puede satisfacer la necesidad de alimentarse y puede sustituir al sushi. La oferta gastronómica actual del mercado Otavaleño es buena por lo tanto los comensales tienden a frecuentar determinados sitios.
- Con relación a los proveedores se puede expresar que de acuerdo al análisis previo se considera a Otavalo como una zona altamente comercial, en donde podemos encontrar distribuidores de todo tipo que tiene como propósito satisfacer los requerimientos de la población en donde ofrecen productos, servicios de calidad y pensando en la economía de los ciudadanos.
- En la actualidad los clientes frecuentan los restaurantes y sitios gastronómicos que se encuentran establecidos en el centro de la ciudad, debido a la constante actividad comercial que existe en estos sectores como por ejemplo las calle Sucre, la Bolívar, La plaza de

ponchos, donde una de las ventajas de los locales que se establecen en estos sectores es que poseen un potencial alto en ventas.

- La oferta de sushi en la ciudad de Otavalo actualmente es escaso siendo una de las razones la ausencia de un establecimiento que oferte este servicio sin embargo posee una variada gastronomía, de platillos que pueden reemplazar al sushi. En la provincia existe un solo ofertante que se encuentra ubicado en la ciudad de Ibarra.
- La demanda actual de Sushi en la ciudad de Otavalo de acuerdo al análisis realizado es alto, y se denomina como demanda insatisfecha. Además cabe recalcar que los gustos y preferencias es un factor influyente en el área gastronómico, muchas personas a la hora de comer buscan un servicio nuevo, innovador y vanguardista que satisfagan su paladar.
- Para comercializar o introducir un servicio en el mercado no es necesario aplicar grandes estrategias de publicidad como pudimos evidenciar según el estudio, los comensales toman en cuenta ciertos aspectos en los restaurantes como por ejemplo: la calidad del servicio, el precio y en ocasiones el valor agregado que tiene el servicio. Sin embargo el proyecto se enfocará en realizar un marketing mediante el uso de redes sociales y una página web para promocionar el servicio.
- En general luego de haber analizado los diferentes factores se concluye que la creación de un local de sushi es posible debido a que el mercado Otavaleño tiene interés acerca de este servicio, por ser una idea innovadora en la parte gastronómica de la ciudad de Otavalo. Es importante también destacar que existe un déficit significativo de este servicio, convirtiéndose en una oportunidad para el proyecto.



## **CAPITULO IV**

### **4. PLAN DE NEGOCIO**

En el presente capítulo se despliega todos los aspectos que permitirá poner en operación el proyecto en la cual se plasmará la idea o iniciativa empresarial para lo cual se dará inicio con el plan de marketing en cual se explica como el emprendimiento va a llegar a los clientes objetivo, detalles acerca de precios, servicio y su distribución que son claves para ingresar en el mercado Otavaleño.

Seguidamente tenemos el plan de producción en el cual se plasmará la capacidad instalada del proyecto, procesos productivos, insumos, materia prima y los recursos necesarios para brindar el servicio. A continuación tenemos el diseño organizacional en el cual se establecerá el recurso humano su perfil, funciones y responsabilidades de cada uno de los miembros del emprendimiento además la implementación de estrategias para el flujo de proceso y para finalizar tenemos el plan financiero el cual abarca la determinación de los costos reales del emprendimiento, el monto de inversión y el análisis de rentabilidad económica y financiera del proyecto.

#### **4.1 Presentación de la empresa**

##### **4.1.1 Introducción**

Los locales de comida se desenvuelven dentro del sector económico de hoteles, bares y restaurantes constituye actualmente fuente generadora de ingresos y empleo. La ciudad de Otavalo es considerada por muchos años una zona altamente turística por lo que muchas personas optan por visitar el Valle del amanecer con el objetivo de conocer nuevos lugares, degustar nuevos sabores, que muchas veces nace desde la perspectiva de la historia, tradiciones, culturas propias y

la adopción de otras culturas. En los últimos años se ha visualizado como la sociedad ha adoptado nuevas tendencias específicamente en el ámbito alimenticio originando la aparición de nuevos restaurantes como: vegetarianos, comida mexicana, temáticos, y lo que se ha puesto muy en tendencia los platos exóticos como el *sushi*

Tras haber hechos los análisis previos se ha evidenciado la oportunidad de la creación de un local Sushi, debido a que existe una demanda insatisfecha en la ciudad de Otavalo. El servicio que pretendemos brindar estará caracterizada por utilizar para su elaboración materia prima de calidad, un servicio excelente y personalizado de manera que supere las expectativas de los comensales al visitar la instalación.

#### **4.1.2 Nombre de la empresa**

La razón social del emprendimiento se ha elegido tomando en cuenta las respuestas de las encuestas aplicadas anteriormente a la población de Otavalo, en la cual SUSHI OTAVALO, fue la más aceptada y con el que pretendemos establecer el negocio.

Por qué elegimos este nombre:

- ✓ **SUSHI:** Describe el principal producto que se pretende ofertar a los clientes.
- ✓ **OTAVALO:** Hemos propuesto esto debido a que suena muy representativo a la ciudad donde se va ubicar este servicio de comida y además porque uno de los ingredientes es un cereal propio de la zona.

#### **4.1.3 Descripción de la empresa**

SUSHI OTAVALO será una microempresa de servicio de alimentos, la especialidad de la casa será el Sushi, va a desarrollar sus actividades en la Ciudad de Otavalo, constituida como

Persona Natural no Obligada a llevar contabilidad. Se constituirá como un emprendimiento familiar, en el cual estaré como representante legal para el desarrollo de todas las actividades y procesos que encamine para empezar a operar el negocio e ingrese en el mercado Otavaleño.

La finalidad del emprendimiento es satisfacer la demanda insatisfecha que requiere de una oferta gastronómica diferente al menú tradicional existente en la ciudad de Otavalo. Para cumplir con las exigencias del consumidor se ha visto necesario en primera instancia la obtención de, permiso del cuerpo de bomberos, la obtención de la patente municipal y el RUC, con la finalidad de generar confianza y seguridad a los futuros clientes.

Todos los fondos que se utilizarán en la constitución del emprendimiento y la adquisición de muebles, mobiliario, menaje de cocina entre otro serán costeados por un fondo familiar propio y una parte con financiamiento.

#### **4.1.4 Misión y Visión de la microempresa**

##### **4.1.4.1 Misión**

SUSHI OTAVALO es una microempresa que se especializa en la elaboración de sushi, utilizando materia prima de calidad, cumpliendo todas las normas sanitarias que busca la satisfacción de nuestros clientes y a la vez fomenta a una alimentación sana.

##### **4.1.4.2 Visión**

Establecerse en el año 2023 como uno de los sitios gastronómicos más reconocidos de la ciudad, dando origen a la creación de una sucursal, contribuyendo de esta manera a la creación de nuevas fuentes de empleo y el desarrollo económico del país.

#### **4.1.5 Objetivos de la microempresa**

##### **4.1.5.1 Corto Plazo**

- Fidelizar al menos 1% de clientes, a través un servicio de calidad y personalizado que satisfaga las necesidades del consumidor en el transcurso de un año.
- Elegir los mejores proveedores el cual permita contar siempre con insumos y productos de calidad misma que facilite brindar un servicio adecuado a los comensales.
- Lograr atraer el 1% de comensales extranjeros a través de la difusión de nuestro servicio por la página web y redes sociales en el transcurso de 18 meses.

##### **4.1.5.2 Mediano plazo.**

- Ser una empresa reconocida en el mercado local e incrementar el nivel de ventas en un 2% en el segundo año.
- Contratar 1 mesero para el equipo durante el segundo año para brindar una atención personalizada.
- Mantener una buena relación con los proveedores con el fin de obtener descuentos y ofertas especiales en las compras.

##### **4.1.5.3 Objetivos a largo plazo**

- Ser reconocido como el mejor sitio gastronómico que ofrece sushi en la ciudad de Otavalo en el plazo de 5 años.
- Incrementar el porcentaje de fidelización en un 5% de los clientes que frecuentan la microempresa en transcurso de 5 años.
- Invertir para ampliar la infraestructura de nuestra microempresa y la creación de nuevas franquicias en otras ciudades.

#### **4.1.6 Ventajas competitivas del negocio**

Para establecer una ventaja competitiva frente a los demás restaurantes, que son competidores por ofertar un servicio que satisface una misma necesidad tomando en cuenta que ningún establecimiento ofrece el servicio que pretendemos ofertar frente a ello SUSHI OTAVALO propone brindar un servicio con:

- **Profesionalismo**

El proyecto contará a su disposición con un personal altamente calificado con conocimientos sólidos tanto en la elaboración del sushi y el servicio. Además existirá una supervisión en las actividades y se corregirá cualquier situación que pueda afectar la razón de ser de la unidad productiva, de esta manera fomentar así el compromiso del personal y fidelidad de los clientes.

- **Satisfacción del Cliente**

Unas de las principales características del restaurante será brindar el producto a un precio accesible tomando en cuenta la capacidad de pago del cliente adicionalmente se sumará la calidad y atención que brindará el personal desde el momento que este ingrese al local hasta que finalice su visita, el compromiso del personal será generar una experiencia única al comensal.

- **Seguridad**

Este es un aspecto que involucra confiabilidad, integridad y honestidad, para el restaurante debido a que no solo es indispensable el cuidado del restaurante si no también la organización que debe reflejar por la preocupación de los clientes para generar confianza y satisfacción.

- **Higiene**

La higiene es un factor fundamental en la unidad productiva se mantendrá el servicio de limpieza en el horario que sea necesario y se contratará disposición de los clientes.

- **Ubicación**

El restaurante tendrá una excelente ubicación misma que facilita la ruta de llegada.

## **4.2 Plan de Marketing**

El plan de marketing abarca varios aspectos del negocio mismos que son necesarios estudiar antes de poner en operación el emprendimiento, para ello es pertinente realizar un análisis de mercado, que permite recolectar información de posibles clientes futuros, características de la oferta, la demanda y los proveedores que son una parte esencial del proyecto. A continuación se detalla más a fondo el segmento mercado y estrategias que se utilizarán para introducir al mercado Otavaleño. Para ello se ha visto necesario crear: un nombre, eslogan y logotipo que nos diferencia frente a la competencia y por último tenemos la distribución del producto, la comunicación y desarrollo de publicidad.

### **4.2.1 Análisis del mercado**

La población urbana de la ciudad de Otavalo será el mercado determinado para el presente proyecto el cual está ubicado al norte del país aproximadamente a 110 kilómetros de la capital del Ecuador además, el Valle del Amanecer está a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, el cantón tiene una constante actividad comercial y esta se eleva los fines de semana debido a la feria artesanal que se desarrolla en la emblemática Plaza de Ponchos y las principales calles de la ciudad.

En la actualidad la oferta gastronómica en Otavalo es diversa, en su mayoría los locales se ubican en el centro de la ciudad ofreciendo a los transeúntes platos típicos propias de la zona. Es importante recalcar la presencia de locales que ofrecen platos de países extranjeros un claro ejemplo son las chifas, platos mexicanos que han buscado posicionarse en el mercado. El presente proyecto pretende brindar al mercado Otavaleño un servicio diferente, un plato oriental el sushi. Este servicio según las encuestas aplicadas anteriormente tienen una distinción al momento de consumir, además existe un grado de aceptación alto para la creación de un local que brinde este tipo de platillo convirtiéndose de esta manera una oportunidad para el presente proyecto.

#### **4.2.1.1 Clientes**

El restaurante está dentro del mercado de consumo y en esta parte nos enfocaremos en examinar las características de los consumidores para determinar si los posibles clientes se inclinan por el servicio que se ofertará o a su vez pueden presentar alguna característica en particular.

Los posibles clientes que tomamos en cuenta son la población de Otavalo y turistas tanto nacionales como extranjeros que aprecien degustar comida oriental como es el sushi generalmente hemos tomando en cuenta a familias, grupo de amigos, parejas y compañeros de oficinas que en su mayoría optan por salir los fines de semana. El horario que nuestra microempresa atenderá será de 12:00 am a 22:00.

#### **4.2.1.2 Tendencia de la oferta**

Otavalo conocido también como Valle del amanecer considerada una zona altamente turística, destino de turistas que visitan la ciudad por su diversidad étnica, paisajes únicos, en otras cosas. En el centro de la ciudad se encuentran ubicados los diferentes sitios que ofrecen servicio

de comida que a su vez se han enfocado la mayoría en: platos tradicionales o típicos de la ciudad, comida rápida, chifas, asaderos entre otros. Actualmente en Otavalo no existe oferta de Sushi, sin embargo a 45m se encuentra ubicada la ciudad de Ibarra en donde se encuentra establecido Suito Sushi, al cual hemos caracterizado como el líder en la comercialización de este servicio y un competidor directo. Este establecimiento tiene una afluencia de consumidores por ser el único lugar que ofrece este tipo de plato y por su puesto cuenta con instalaciones que proporciona una buena imagen ante sus clientes.

#### **4.2.1.3 Tendencia de la demanda**

Los consumidores en la actualidad cada vez son más exigentes para satisfacer una necesidad y más aún si se trata de satisfacer al paladar de acuerdo a la encuesta aplicada se puede evidenciar que las personas a la hora de adquirir comida buscan un lugar acogedor, precios accesibles y sobre todo que la calidad del servicio sea excelente. Cabe recalcar que algunos comensales también ponen en consideración la cantidad del con relación al precios. Según el estudio aborda que un número significativo de comensales tienden a consumir los platillos tradicionales, sin embargo otros prefieren degustar platos diferentes aquellos considerados exóticos.

#### **4.2.1.4 Ambiente Competitivo**

De acuerdo al estudio efectuado en la ciudad de Otavalo no existe un restaurante o local que ofrezca sushi, como habíamos mencionado anteriormente Suito Sushi es nuestro principal competidor, este local tiene una trayectoria en la ciudad, cuenta con una excelente ubicación que facilita la llegada de clientes, infraestructura excelente al estilo oriental, a través de observación directa se puede decir que los platos están elaborados con productos frescos, su presentación es



llamativa y los precios oscilan desde los 7 dólares en adelante además por la afluencia de clientes tiene implementado un menú más extenso con la finalidad de cubrir los requerimientos de los clientes. Algo importante que debemos destacar es el tiempo de demora en la preparación de los platos, no es buena y la atención no es personalizada.

#### **4.2.1.5 Proveedores**

Los proveedores son una parte fundamental en la ejecución del proyecto, son los que se encargarán de suministrar la materia prima los insumos, mueblería, menaje de cocina y el equipamiento de cocina. De acuerdo al estudio realizado anteriormente para la adquisición de la cocina y el refrigerador tenemos a MARCIMEX S.A, para el equipamiento y la adquisición del extractor de olores se ha elegido a INMASSA, en cuanto a la mueblería hemos tomando en cuenta a MUEBLERÍA OTAVALO en donde realizaré la adquisición de mesas y sillas muebles para platos. Y en relación a las materias primas en donde se realizará la adquisición de materia prima e insumos será SUPERMAXI, quienes se encargarán de brindar los más frescos productos.

En cuanto menaje de cocina el proveedor que nos ofrece un producto a precios accesibles será SUMAK HOGAR. Los proveedores antes mencionados nos han proporcionado información detallada de los productos a adquirir.

#### **4.2.2 Estrategia de mercadotecnia**

##### **Servicio:**

- Ofertar servicio de calidad, con buen trato y compromiso que satisfaga las expectativas de los comensales.

- Dar a conocer la información nutricional del sushi y la gastronomía japonesa a la población Otavaleña, debido a que este tipo de producto muchas veces son desconocidos para los habitantes.

### **Precio**

- Se examinará los precios que oferta la competencia y con una apropiada estructura de costos con relación a materia prima e insumos que utilizaremos, y se establecerá un precio acorde a la disponibilidad de los clientes.
- Ofreceremos promociones a los clientes en fechas festivas y cumpleaños del consumidor

### **Plaza**

- La ubicación del local es de vital importancia determina en gran medida la afluencia de clientela y posiblemente el éxito o fracaso que esta puede tener, en vista a ello SUSHI OTAVALO se ubicará en la calle Antonio José de Sucre entre Quito y Juan de dios Morales a una cuadra de la Plaza de Ponchos.

### **Promoción**

- Se utilizará las redes sociales y páginas web como medio estratégico de Promoción y publicidad.

#### **4.2.2.1 Segmento del Mercado**

Para segmentar el mercado se debe centrar en examinar las características de los consumidores para lo cual se tomarán en cuenta las siguientes variables: económico, geográfico y demográfico.

#### **4.2.2.1.1 Geográfico**

La microempresa se encontrará ubicada en la Provincia de Imbabura, ciudad de Otavalo en el centro de la ciudad, orientada a brindar servicio de la población Otavaleña y los turistas que visitan la ciudad se ha tomado en cuenta en el segmento a los turistas tanto nacionales como extranjeros puesto que la ciudad recibe diariamente visitantes de diferentes países y provincias.

#### **4.2.2.2 Demográfica**

Tomando como base el estudio de mercado realizado antes se pudo evidenciar que el servicio tiene gran acogida especialmente de hombres y mujeres en la edad de entre 25 a 50 años de edad de los cuales el 79% de encuestados son ciudadanos Otavaleño y el 21% de Encuestados fueron turistas nacionales provenientes de diferentes lugares del país como por ejemplo Quito, Ambato entre otros y turistas extranjeros de países como Estados Unidos, Canadá, México entre otras.

El servicio que pretendemos ofrecer está enfocado a los comensales con un nivel económico media alta debido a que los platillos serán elaborados con ingredientes sanos y frescos, cabe recalcar que eso no quiere decir que las demás personas no pueda adquirir el servicio, nuestro local estará a disponibilidad de todos los comensales.

#### **4.2.2.3 Psicográfico**

Las personas a la cual estará orientada el servicio optan por llevar un estilo de vida saludable, por consumir productos bajos en calorías y muchas veces comida en la línea de vegetales.

#### **4.2.2.4 Características del Segmento del Mercado**

Las principales características que se ha tomado en el segmento de mercado son:

- ✓ Población Otavaleño de entre de 25 a 50 años de edad, con un nivel económico medio alto que deguste llevar un estilo de vida saludable.
- ✓ Turistas nacionales y extranjeros que disfruten descubrir nuevos sabores y consumir platillos exóticos.
- ✓ Personas que se preocupan por llevar una vida sana y activa.
- ✓ Personas que disfrutan salir de su zona de confort y experimentar nuevos lugares costumbres y tradiciones.

#### **4.2.3 El Servicio**

El sushi será la especialidad de nuestro proyecto mismo que abarca tres principales platos que pondremos a disposición del público: Individual, Bonsái Dúo, Bonsái Familiar. El emprendimiento estará ubicada en la Calle Antonio José de Sucre entre Quito y Juan de dios Morales a una cuadra de la Plaza de Ponchos, tomando en cuenta que en este sitio se encuentran establecidas instituciones públicos, privados, locales comerciales, textiles, artesanales y además es una de las calles más visitadas por la población y los turistas. Pretendemos brindar nuestro servicio los días viernes, sábados y domingos poniendo en consideración las encuestas antes realizadas donde nos abordaron que los días que más frecuentan a sitios gastronómicos son los fines de semana, por tal motivo pretendemos brindar el servicio estos días en el horario de 12:00 am hasta las 22:00pm de igual manera se tomó en cuenta para el establecimiento de horarios según el estudio

de mercado, reflejaron que el horario que más frecuentan a sitios de comida es la tarde y la noche. En relación a la infraestructura, tendremos la capacidad de atender a 18 personas, nuestro personal será altamente calificado en la elaboración del producto y brindaremos una atención que satisfaga a los clientes.

#### 4.2.3.1 Características del producto

Para dirigir correctamente nuestro servicio al mercado potencial es necesario implementar una serie de consideraciones sobre el producto de tal forma que se cumpla con los requerimientos de los comensales.

**Menú exótico:** El sushi será la especialidad de la casa sin embargo hemos destacado tres principales platos mismos que han sido tomado en cuenta por los resultado del estudio de mercado en donde manifestaron que las combinaciones especiales es lo que más consumen en este tipo de locales para lo cual hemos propuesto lo siguiente

**Tabla 39** Principales Platos

NOMBRE DEL PLATO COMBINACIONES ESPECIALES	DESCRIPCIÓN
INDIVIDUAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este platillo es esencialmente para una sola persona cuenta con: 1 pieza de temakis, 4 piezas de niguiris y 1 rollo de uramakis y makis, acompañado de jengibre, vegetales y salsas.</li> </ul>
BONSÁI DUO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Este platillo ideal para dos personas consta: 2 piezas de temakis, 1 rollo de uramakis, 1 rollo de makis, 6 piezas de niguiris, acompañado de jengibre, vegetales y salsas</li> </ul>
BONSÁI FAMILY	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es un platillo para compartir en familia de 4 personas consta: 4 piezas de temakis, 2 rollos de uramakis 2 rollos de makis y 10 piezas de niguiris. Acompañado de jengibre, vegetales y salsas.</li> </ul>

**Elaborado por:** La autora  
**Años:** 2018

**Beneficios Nutricionales:** El sushi es un excelente platillo que ayuda a proteger el corazón debido a que posee un gran cantidad de ácidos grasos omega 3 y 6 provenientes de los pescados y mariscos estos grasos son indispensables para el funcionamiento de la células y tejidos lo que previene el degaste arterial. De igual manera el arroz avinagrado ayuda a los procesos metabólicos, la presión arterial y promueve la longevidad, siendo un platillo japonés no es coincidencia que la población más longeva del planeta sean los Japoneses. Por otro el trigo es uno de los cereales considerados indispensables en la nutrición de los seres humanos sus propiedades y vitaminas que ayudan a regular el nivel de colesterol.

**Calidad del Producto:** nos caracterizaremos por utilizar materia prima e insumos frescos, limpios de la más alta calidad, la mayoría de los vegetales necesarios lo podemos conseguir en el mercado de Otavalo. De igual manera el trigo pelado es uno de los cereales que se cultivan en los alrededores de Otavalo, es muy importante la calidad de los insumos puesto que nos permite ofrecer un platillo que cumpla con expectativas del comensal con sabor único y exquisito. El producto será elaborado por un profesional de la rama de gastronomía que tiene conocimiento teórico y práctico en la elaboración de este platillo.

**Calidad del servicio:** el personal se encargará de proporcionar al cliente el mejor servicio mismo que empezará desde el momento que ingrese al local hasta su salida SUSHI OTAVALO pretende brindar una sensación única durante la estadía.

**Tiempo de espera:** Nos caracterizaremos por brindar un servicio ágil eficiente y eficaz:

**Ambiente acogedor:** Las decoración de las instalaciones será al estilo oriental, al contar con una infraestructura pequeña ofreceremos un ambiente más cálido y familiar.

#### 4.2.3.2 Logo

El logotipo es un elemento fundamental y clave principal del emprendimiento por tal razón ha sido diseñado una imagen que dé a conocer el servicio que ofreceremos.

#### 4.2.3.3 Eslogan

El eslogan tiene la finalidad de transmitir los beneficios que SUSHI OTAVALO ofrecerá que permita diferenciar de la competencia y generar un deseo o necesidad al consumidor.

El eslogan que representará a Sushi Otavalo es:

**"Buena comida+ Buena compañía= Momentos Inolvidables"**

A continuación presentamos el logotipo oficial de nuestra microempresa con su respectivo eslogan, consideramos que esta imagen representa bien el servicio que pretendemos brindar.

**Figura 19** Logotipo oficial de Sushi Otavalo



**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

#### 4.2.3.4 Beneficios que el producto brinda al consumidor

Los principales beneficios que Sushi Otavalo brinda son:

- **Beneficio nutricional:** el sushi es un plato que está compuesto de alimento con pocas calorías, proteínas, aporta con minerales, vitaminas, ácidos grasos saludables con omega 3 e hidratos de carbono. Se dice que su consumo puede ayudar a mejorar la digestión, problemas cardiovasculares e incluso antioxidantes y como antienvjecimiento.
- **Satisfacción al paladar:** El sushi considerado uno de los platillos emblemáticos de la cultura japonesa, satisface al paladar del comensal con sabor único, exótico y variado. La combinación de los ingredientes han hecho que sea catalogado como un servicio vanguardista e innovadora.

#### 4.2.3.5 Diferencia entre el producto y la competencia

Como hemos expresamos anteriormente, la ciudad de Otavalo no tiene un lugar que ofrezca este servicio gastronómico, sin embargo existe un local en la ciudad de Ibarra que ofrece este platillo por encontrarse en la misma provincia hemos considerado como un competidor directo, a continuación presentaremos características que nos ayude a diferenciarnos de la competencia.

**Tabla 40** *Cuadro comparativo del servicio con la competencia.*

VARIBLE	SUSHI OTAVALO	SUITON SUSHI
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>	Servicio personalizado que nos permitirá tener más interacción y nos facilite satisfacer las necesidades del cliente. El servicio que pretendemos brindar, será de excelente calidad ya que contaremos con un profesional en la elaboración de Sushi con el conocimiento teórico y práctico.	Este restaurante ya viene brindando sus servicios por algunos años, tiene un servicio excelente pero al contar con una infraestructura con mayor capacidad no le ha permitido tener mayor conexión con sus clientes.



---

	Unas de las particularidades que tendrá el servicio será al momento de producir las piezas de sushi no solo se hará uso de insumos tradicionales, por ejemplo reemplazaremos en algunas piezas el arroz de sushi con el trigo pelado un cereal muy conocido en la ciudad.	
<b>CLIENTES</b>	Nuestros posibles clientes serán la población Otavaleño y los turistas nacionales y extranjeros.	Los clientes de Suiton Sushi es la Población Ibarreña.
<b>PRECIO</b>	Pretendemos brindar un servicio que esté al alcance de los bolsillos de nuestros clientes, sin dejar aún lado la calidad de la materia prima y el servicio.	Suiton Sushi al ser un negocio en marcha, ofrece precios más elevados pero justos al servicio que ofertan.
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	La infraestructura que ofreceremos tendrá una capacidad para 18 personas, lo que garantiza un ambiente más privado y familiar.	Suiton Sushi cuenta con una infraestructura para atender 35 personas.
<b>TIEMPO</b>	El emprendimiento quiere garantizar una experiencia única por lo que pretendemos brindar el servicio en el menor tiempo posible.	Al tener una capacidad para más personas, existe un tiempo de espera para el servicio.

---

**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

#### **4.2.4 El precio**

##### **4.2.4.1 Determinación del costo del producto o servicio**

Para la determinación del costo de cada plato que se pondrá a disposición de los comensales he tomado en cuenta el precio de mercado de las principales materias primas e insumos que interviene en el proceso de preparación, el servicio que pretendemos brindar será de calidad por lo que se usará los productos frescos.

#### 4.2.4.2 Materia Prima directa

Platillo: Individual

Ingredientes para: 5 platos

**Tabla 41** *Ingredientes para producir platillo Individual*

INDIVIDUAL				
Producción para 5 platos				
INGREDIENTES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO U	PRECIO T
Arroz de sushi	lb	1.1/2	2.75	4.40
Trigo pelado	lb	1/2	0.43	0.43
Salmón	lb	0,5	1,7	0,85
Queso Crema	gr	40	0,006	0,2576
Zanahoria	unidad	2	0,10	0,2
Pepinillo	unidad	4	0,10	0,4
Sal	gr	30	0,00	0,003
Azúcar	gr	15	0,00	0,009
Aguacate	unidad	4	0,18	0,72
Vinagre	ml	50	0,0019	0,095
Caviar	gr	10	0,16	1,6
Atún	lb	1	4,62	4,62
Camarón	lb	0,5	3	1,5
Alga nori	unidad	11	0,75	8,25
Jengibre	gr	25	0,02	0,5
Salsa de soya	ml	100	0,01	1
Ajonjolí	gr	50	0,003	0,15
<b>Total 5 platillos</b>				<b>25,65</b>
<b>Costo por plato</b>				<b>5,13</b>

**Elaborado por:** La autora-  
**Año:** 2018

Producto: Bonsái Dúo

Ingredientes para: 5 platos

**Tabla 42** *Ingredientes para la producción platillo Bonsái Dúo*

<b>BONSAI DUO</b>				
<b>Producción 5 platos</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO U</b>	<b>PRECIO T</b>
Arroz de sushi	lb	3	2,75	8,25
Trigo pelado	lb	1	0,87	0,87
Salmón	lb	1	1,7	1,7
Queso Crema	gr	375	0,006	2,415
Zanahoria	unidad	3	0,10	0,3
Pepinillo	unidad	6	0,10	0,6
Sal	gr	60	0,00	0,006
Azúcar	gr	25	0,00	0,015
Aguacate	unidad	6	0,18	1,08
Vinagre	ml	100	0,0019	0,19
Caviar	gr	50	0,16	8
Atún	lb	3	4,62	13,86
Camarón	lb	1	3	3
Alga nori	unidad	16	0,75	12
Jengibre	gr	25	0,02	0,5
Salsa de soya	ml	100	0,01	1
Ajonjolí	gr	150	0,003	0,45
<b>Total 5 platillos</b>				<b>53,37</b>
<b>Costo por plato</b>				<b>10,67</b>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Producto:** Bonsái Familiar

Ingredientes para: 5 platos

**Tabla 43** *Ingredientes para la producción platillo Bonsái Familiar*

<b>BONSAI FAMILY</b>				
<b>Producción 5 platos</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO U</b>	<b>PRECIO T</b>
Arroz de sushi	lb	4	2,75	11
Trigo pelado	lb	3	0.87	2.61
Salmón	lb	7	1,7	11,9
Queso Crema	gr	750	0,006	4,83
Zanahoria	unidad	3	0,10	0,3
Pepinillo	unidad	16	0,10	1,6
Sal	gr	75	0,00	0,0075
Azúcar	gr	40	0,00	0,024
Aguacate	unidad	16	0,18	2,88
Vinagre	ml	300	0,00019	0,057
Caviar	gr	75	0,16	12
Atún	lb	3	4,62	13,86
Camarón	lb	4	3	12
Alga nori	unidad	34	0,75	25,5
Jengibre	gr	25	0,02	0,5
Salsa de soya	ml	100	0,01	1
Calamar	lb	2	2,25	4,5
Ajonjolí	gr	325	0,003	0,975
<b>Total 5 platillos</b>				<b>111,18</b>
<b>Costo por plato</b>				<b>22,24</b>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.2.4.3 Mano de Obra directa

Para realizar la producción de los platillos podremos a disposición de un chef:

**Tabla 44** *Mano de Obra directa*

MANO DE OBRA DIRECTA								
Descripción	Cantidad	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondo de Reserva	Aporte patronal (12.15%)	Costo Mes	Costo Anual
Chef	1	\$ 386,00		\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 46,90	\$ 529,40	\$ 6.352,79
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>\$ 386,00</b>		<b>\$ 32,17</b>	<b>\$ 32,17</b>	<b>\$ 46,90</b>	<b>\$ 529,40</b>	<b>\$ 6.352,79</b>

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

#### 4.2.4.4 Costos Indirectos de Fabricación

**Tabla 45** *Costos Indirectos de Fabricación*

SERVICIO BÁSICO	UNIDAD DE MEDIA	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	Metros cúbicos	80	\$ 0,42	\$ 33,76	\$ 405,12
Gas	m3 en kg	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Energía eléctrica	Kilovatios	300	\$ 0,09700	\$ 29,10	\$ 349,20
<b>Total, de Servicios Básicos</b>				<b>\$ 66,86</b>	<b>\$ 802,32</b>

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

#### 4.2.4.5 Materia prima indirecta

**Tabla 46** *Materia Prima Indirecta*

CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Palillo de madera (u)	360	\$ 0,05	\$ 18,00	\$ 216,00
Servilletas (u)	300	\$ 0,04	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>TOTAL, DE MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>			<b>\$ 30,00</b>	<b>\$ 360,00</b>

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

#### 4.2.4.5 Cálculo del precio y/o lista de precios.

Para el cálculo de precio sushi Otavalo ha decidido ofertar tres platos principales: Individual, Bonsái dúo y Bonsái Familiar. A continuación presentaremos el cálculo de cada plato para lo cual se tomarán en cuenta los rubros de la materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Para establecer el precio final al consumidor se ha establecido tomar un 25% de margen de utilidad.

**Tabla 47** *Precio del platillo Individual*

INDIVIDUAL	
INGREDIENTES	PRECIO
Costo materia prima	5,13
Costo Materia prima Indirecta	\$0,08
Costo Mano de Obra	\$1,47
Costos Ind.FaB	0,19
<b>Costo Unitario</b>	<b>6,87</b>
<b>Margen de Utilidad 30%</b>	<b>2,061</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>8,90</b>

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

Para el cálculo del precio de venta al público se ha tomado en cuenta todos los costos tanto de materia prima, mano de obra y costos indirectos. Es así que el costo del plato es de 6,87 dólares, y se ha propuesto un margen de utilidad del 30% que nos da un precio final de 8,93 dólares como el PVP. Es importante recalcar que el precio de la competencia en este tipo de plato es de 12,90 según un análisis desarrollado en el estudio de mercado.

**Tabla 48** *Precio del Platillo Bonsái Dúo*

<b>BONSÁI DÚO</b>	
<b>COSTO DE FAB.</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Costo materia prima	10,67
Costo Materia prima Indirecta	\$0,17
Costo Mano de Obra	\$2,21
Costos Ind.FaB	0,19
<b>Costo Unitario</b>	<b>13,23</b>
<b>Margen de Utilidad 30%</b>	<b>3,97</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>17,20</b>

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

Para el cálculo del precio de venta al público se ha tomado en cuenta todos los costos tanto de materia prima, mano de obra y costos indirectos. Es así que el costo del plato Bonsái Dúo es 13,23 dólares, y se ha propuesto un margen de utilidad del 30% que nos da un precio final de 17,20 dólares es el precio al que se ofertará al público. Es importante recalcar que el precio de la competencia de este tipo de plato es de 22,60 según un análisis desarrollado en el estudio de mercado

**Tabla 49** *Precio del platillo Bonsái Familiar*

<b>BONSÁI FAMILIAR</b>	
<b>COSTO DE FAB.</b>	<b>PRECIO T</b>
Costo materia prima	<b>22,24</b>
Costo Materia prima Indirecta	\$0,33
Costo Mano de Obra	\$2,57
Costos Ind.FaB	0,19
<b>Costo Unitario</b>	<b>25,33</b>
<b>Margen de Utilidad 30%</b>	<b>7,60</b>
<b>Precio de Venta</b>	<b>32,90</b>

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

Para el cálculo del precio de venta al público se ha tomado en cuenta todos los costos tanto de materia prima, mano de obra y costos indirectos. Es así que el costo del plato Bonsái Dúo es 25,33 dólares, y se ha propuesto un margen de utilidad del 30% que nos da un precio final de 32,93 dólares es el precio al que se ofertará al público. Es importante recalcar que el precio de la competencia de este tipo de plato es de 38,90 según un análisis desarrollado en el estudio de mercado.

#### **4.2.5 Distribución**

Sushi Otavalo, contará un local establecido en el centro de la ciudad de Otavalo, mediante la cual se realizará la distribución, a medida que vaya aumentando el nivel de aceptación del servicio en la población implantaremos la opción de reemplazar los insumos tradicionales con insumos propios de nuestra zona por ejemplo la zanahoria blanca, la quinua, acelgas y maduro. Además se pretende incrementar el servicio a domicilio. Esto hemos puesto en consideración tomando en cuenta el resultado estudio del mercado en donde los posibles clientes futuros manifestaron que les gustaría que ofrezcan este servicio.

##### **4.2.5. 1 Cobertura del Servicio.**

El servicio de comida que ofrecerá SUSHI OTAVALO, pretende cubrir la zona urbana de la ciudad de Otavalo, en donde la población Otavaleña y los turistas nacionales y extranjeros se convertirán en nuestros clientes potenciales.

##### **4.2.5.2 Descripción fundamentada de la ubicación y punto de venta.**

Para determinar la ubicación del proyecto se realizó un estudio previo de mercado en el cual se desarrolló encuestas que permitió llegar a la conclusión que los comensales al momento de

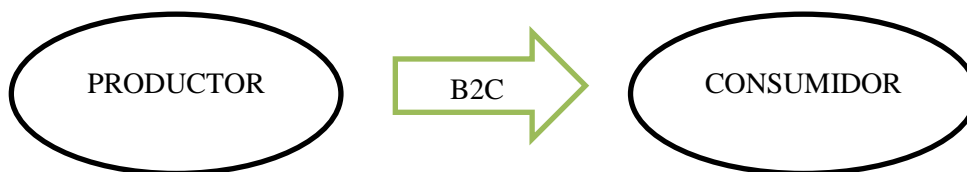


comer fuera de casa eligen un lugar que se encuentre específicamente al centro de la ciudad, tomando esas acotaciones hemos elegido que SUSHI OTAVALO se establecerá en la calle Antonio José de Sucre y Juan de Dios Morales a una cuadra de la Plaza de Ponchos, las razones por la que hemos elegido esta zona es:

- Facilidad de acceso con medio de transporte
- Disponibilidad de los principales servicios básicos
- Concentración de locales comerciales
- Mayor concentración y afluencia de personas
- Cercanía a los lugares de diversión nocturna.
- Disponibilidad de parqueaderos públicos

#### **4.2.5.3 Diseño de los sistemas de distribución**

El sistema de distribución del emprendimiento será directo debido a que no intervendrá intermediarios, SUSHI OTAVALO se encargará de proporcionar el servicio directo al consumidor.



El sistema de distribución directo o también conocido *Business-to-Consumer* o en español del negocio al consumidor.

#### **4.2.5.4 Diseño de los sistemas de ventas.**

El sistema de ventas es muy indispensable para la gestión de clientes, proveedores y el desarrollo de los registros. El sistema que utilizará SUSHI OTAVALO son las ventas personales

en donde la comunicación es directa entre el vendedor y los compradores potenciales. Se ha decidido este tipo de sistema debido a que uno de las estrategias del negocio es que exista una mayor interacción con el cliente a fin de conocer sus necesidades.

#### **4.2.6 El Plan de comunicación**

La comunicación lo consideramos como una clave fundamental al momento de penetrar el servicio en el mercado, en la actualidad tomamos en cuenta que el uso de la tecnológica nos permitirá llegar con mayor facilidad a los hogares y proporcionar información del emprendimiento.

##### **4.2.6.1 Mensajes publicitarios**

Los mensajes o anuncios publicitarios que SUSHI OTAVALO utilizará son vías para dirigirse a los posibles clientes potenciales mediante los cuales pretendemos: informar sobre la existencia del servicios, recordar la característica del servicio a ofertar, el nombre y además pretendemos persuadir al cliente que sienta deseo de comprar. El mensaje que se utilizara es la siguiente:

**"Buena comida+ Buena compañía= Momentos inolvidables"**

##### **4.2.6.2 Plan de Medios**

Para determinar el medio por la cual se dará a conocer los mensajes publicitarios, tomando en cuenta el análisis del estudio de mercado en la encuesta desarrollada un número significativo de encuestados manifestaron que tiende a ser mucho más fácil recibir todo tipo de información utilizando las redes sociales tales como: Facebook, Instagram, y página web.

#### 4.2.7 Presupuesto del Plan de Mercadeo.

Las actividades que se realizará para promocionar el servicio serán difundidos por redes sociales debido a que tiene mayor acogida, y de esta manera no utilizaremos ningún otro recurso que pueda causar desechos o afecte al ecosistema.

**Tabla 50** *Presupuesto de Plan de Mercadeo*

<b>PRESUPUESTO DE PLAN DE MERCADEO</b>				
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COBERTURA</b>	<b>COSTO</b>	<b>MEDIO</b>
<b>Colocar Afiche</b>	Colocar afiches publicitarios en la fachada de nuestro local anunciando la pronta apertura del negocio.	Zona Urbana de Otavalo	\$20,00	Afiche
<b>Campaña de Lanzamiento</b>	Difundir un video publicitario para la inauguración del local	Público	\$30,00	Redes Sociales
<b>Diseño del Logotipo</b>	Logotipo oficial de SUSHI OTAVALO	Público	\$20,00	Redes Sociales
<b>Perfiles Sociales</b>	Crear perfil en Facebook, Instagram y YouTube	Público General	\$10,00	Redes Sociales
<b>Crear Página Web</b>	Diseño de Página Web del negocio	Público General	\$25,00	Internet
<b>Rotulo Negocio</b>	Colocar un Rotulo en la fachada del negocio	Zona Urbana de Otavalo	\$45,00	Rótulo
<b>TOTAL</b>			<b>\$150,00</b>	

**Fuente:** Proforma 3 ONVIA

**Elaborado por:** La autora,

**Año:** 2018

Tomamos en cuenta que la publicidad es lo que nos ayudará a dar a conocer con el público y los posibles clientes futuros por lo que se ha propuesta trabajar online, con ayuda del Internet con la finalidad de no hacer una publicidad tradicional con volantes y afiches frente a la problemática ambiental hemos decidido utilizar otros medios como por ejemplo la red y de esta

manera también optimizamos costos con relación al marketing. Diseñaremos perfiles en redes sociales, una página web que no solo estará dirigido para un determinado sector, es evidente que en la actualidad las redes sociales rompe barreras es así que nuestro objetivo es dar a conocer el negocio al público en general.

### 4.3 Plan de producción

Para detallar las operaciones del local de sushi se realizará un plan de producción en donde se involucrará el personal humano, los materiales e insumos para poner en operaciones el proyecto.

#### 4.3.1 Capacidad instalada

Para calcular la capacidad instalada del proyecto se ha definido de acuerdo al: el número de mesas con lo que contaremos: 1 mesa de 6 puestos, 2 mesa de 4 puestos y 2 mesas de 2 puestos que nos aborda un resultado de 18 puestos que representaría la capacidad total del establecimiento.

**Tabla 51** *Capacidad instalada de Sushi Otavalo*

DISPONIBILIDAD DE MESAS	DISPONIBILIDAD DE ASIENTOS	CAPACIDAD INSTALADA
1	6	6
2	4	8
2	2	4
	Total	<b>18</b>

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

Para establecer la capacidad mensual se tomará en cuenta: la capacidad diaria que tendrá las instalaciones, suponiendo que las instalaciones utilicen su capacidad total 25 personas al día, este valor será multiplicado por el número de días que va prestar el servicio de manera mensual y nos abordará un resultado mismo que representa el número de platos que se va a ofertar de manera

mensual, consecuentemente se ejecutara la operación para el cálculo de platos que se producirá en forma anual.

**Tabla 52** *Capacidad mensual y anual*

<b>CAPACIDAD DIARIA</b>	<b>18</b>
Frecuencia de clientes que ocuparán el total de las instalaciones	25
Días de atención por semanas (viernes, sábado y domingo)	3 días
Número de semanas (en un mes)	75
<b>Capacidad representada de forma mensual</b>	<b>300</b>
Número de meses (1 año)	12
<b>Capacidad Anual</b>	<b>3600</b>




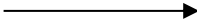
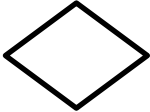
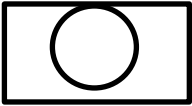

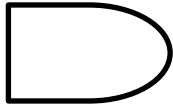


**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### **4.3.2 Descripción del proceso de producción**

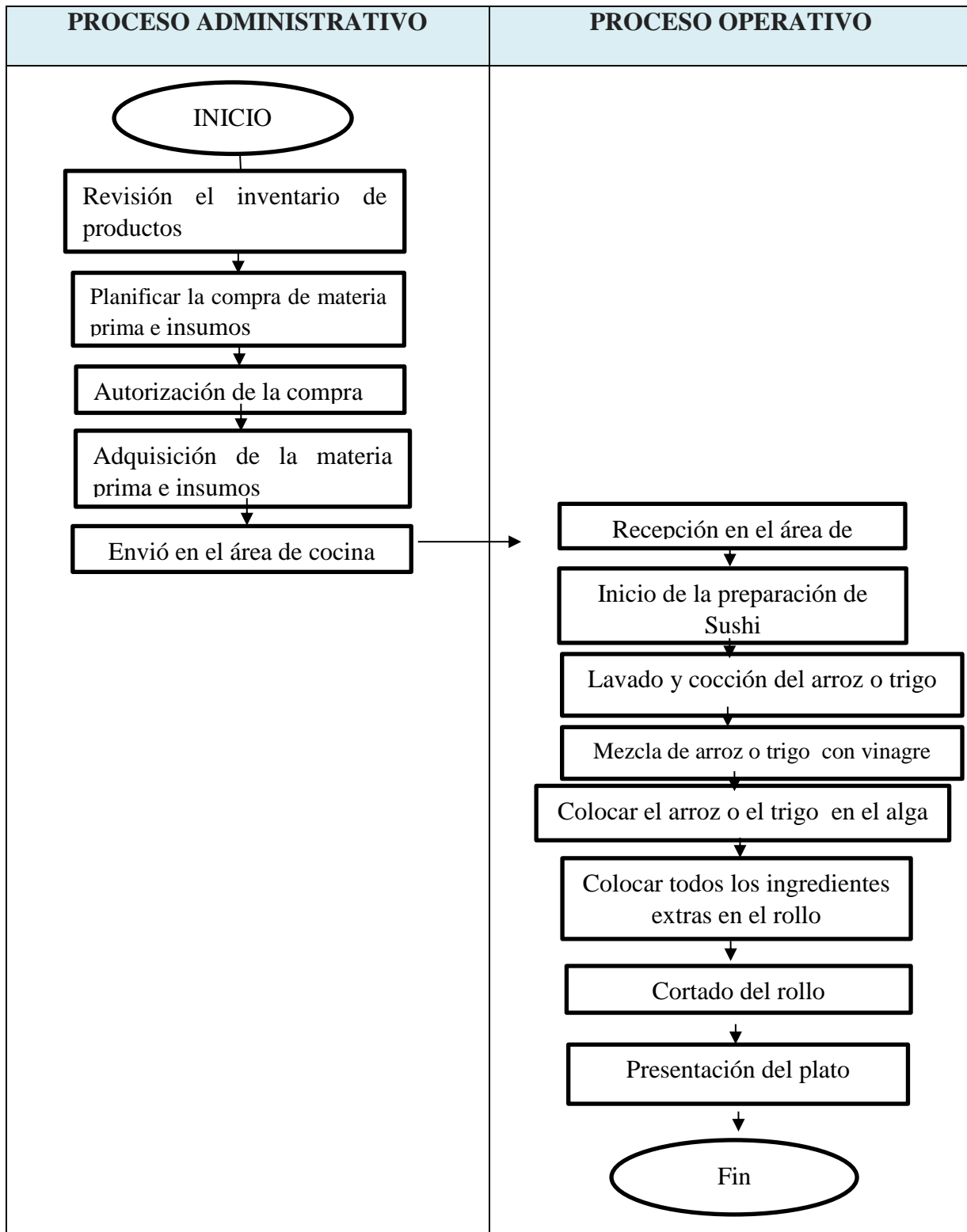
El proceso de producción de Sushi Otavalo, lo presentaremos mediante un diagrama de servicios en donde se trazarán visualmente las relaciones entre todos los componentes de un servicio.

**Tabla 53** *Simbología de Flujograma de procesos*

SIMBOLO	DESCRIPCIÓN
	Proceso
	Verificación
	Inicio o final de un proceso
	Indica el orden de la ejecución de las actividades.
	Decisión: permite analizar una situación
	Operación e inspección
	Documentación
	Demora en el desarrollo de operación
	Almacenamiento de documentos
	Entrada producto o material que ingresa a la operación

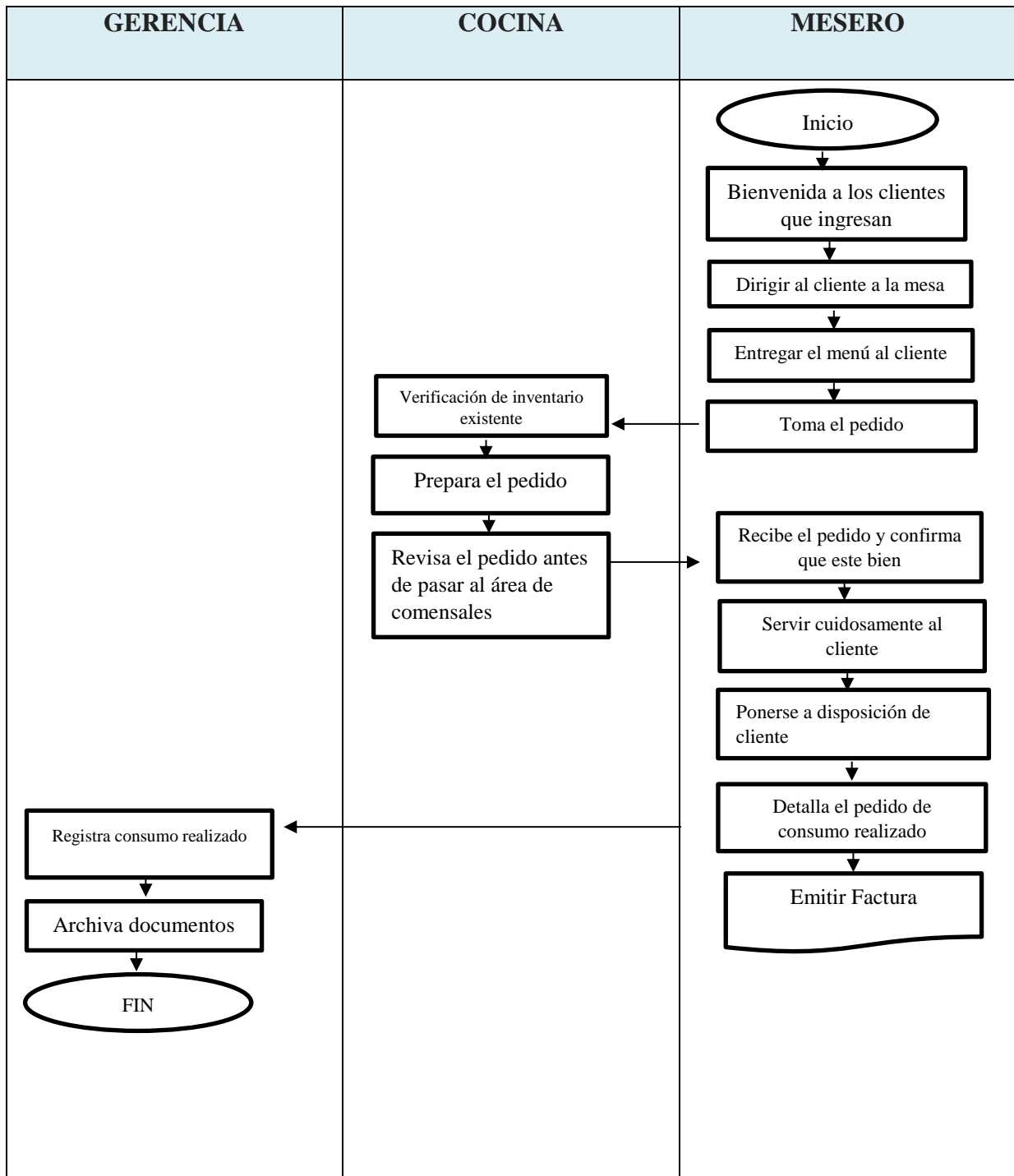
Elaborado por: La autora  
Año: 2018

**Figura 20** *Proceso del Producto*



Elaborado por: La autora  
 Año: 2018

**Figura 21** *Proceso del Servicio*



**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



**Figura 22** Flujo operativo de la preparación del sushi

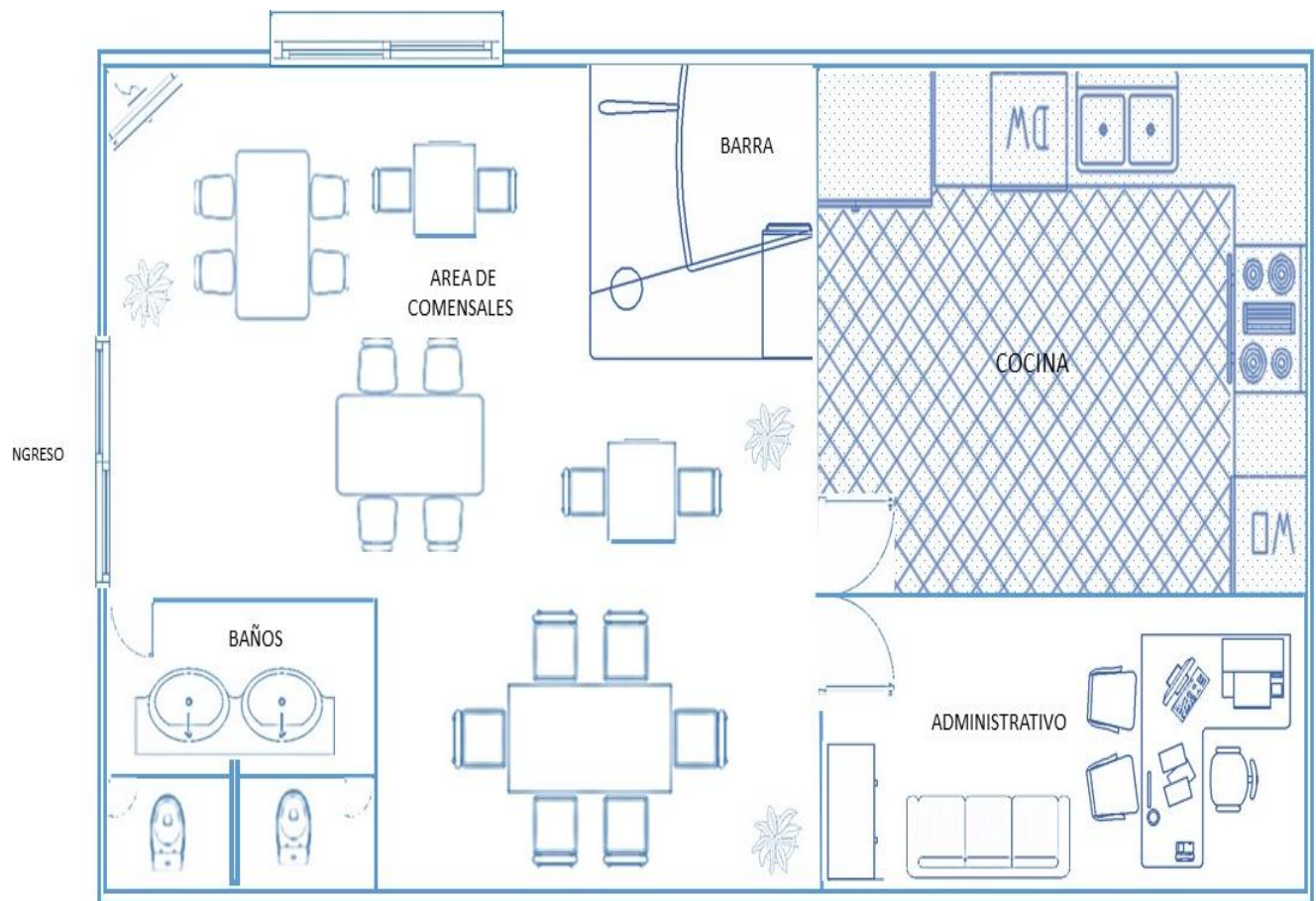
Simbología Actividades	○	◻	➔	D	△	▭	Tiempo
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponer de todos los ingredientes necesarios para empezar la preparación.</li> <li>2. Cocción o el trigo del arroz</li> <li>3. Mezcla de arroz o trigo con vinagre y azúcar.</li> <li>4. Colocar sobre el nori sobre la esterilla de bambú y esparcir una fina capa de arroz o trigo extendiendo por toda la lámina.</li> <li>5. Colocar todos los ingredientes de relleno sobre el arroz o trigo.</li> <li>6. Enrollar la lámina de nori, lentamente con ayuda de la esterilla presionando ligeramente.</li> <li>7. Desenrollar la esterilla para cortar.</li> <li>8. Cortar en piezas iguales el rollo de mane cuidadosa.</li> </ol>		<p>2m</p> <p>15m</p> <p>2m</p> <p>1m</p> <p>5m</p> <p>1m</p> <p>4m</p>					

Elaborado por: La autora  
 Año: 2018

### 4.3.3 Infraestructura necesaria

Con relación a la infraestructura se ha decidido arrendar una pieza, el cual consta con una división para la parte operativa en este caso cocina, el área para los clientes y un área administrativa que consta de una oficina, y un baño. Pretendemos realizar adecuaciones con el fin de brindar un ambiente acogedor y familiar. Para realizar el diseño final del local se ha utilizado un programa de diseño gráfico. A continuación presentamos la ilustración de la infraestructura de nuestro negocio.

**Figura 23** *Diseño final de las Instalaciones de Sushi Otavalo*



**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.3.4 Características de la tecnología

La tecnología es un factor indispensable al momento de producir un bien o servicio. SUSHI OTAVALO tendrá una producción denominado artesanal cada pieza de producto se lo prepara de forma manual, para lo cual no es necesario de implementar grandes maquinarias y equipos tecnológicos, con el fin de conservar el sabor de cada uno de los ingredientes. Con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente en el tiempo de compra y espera del servicio se ha propuesto poner a disposición en el área de comensales un televisor en la cual se transmitirá programas de entretenimiento, para agilizar el cobro se hará uso de un caja registradora automática con la finalidad de transparentar las transacciones, en relación al área de preparación del servicio contará con el quipo y utilería necesaria para la preparación de los platos, la parte administrativa contará con el equipamiento necesario para el desarrollo de sus actividad con el fin de cumplir los objetivos planteados.

#### 4.3.5 Equipos e instalaciones

En cuanto a los equipos e instalaciones tomaremos en cuenta lo indispensable para poner en marcha el negocio para lo cual necesitaremos: Equipos de oficina, Muebles y Enseres, Equipo de computación y Maquinaria de cocina y por último el Menaje y Utilería.

**Tabla 54** *Requerimiento de Equipos de computación*

DESCRIPCIÓN	NUMERO	ÁREA DE USO
Caja Registradora SAM4S	1	Área de Operativa
Computadoras Portátiles, marca HP. Windows x7	2	Área administrativa Área de Operativa
Impresa marca multifunción EPSON	1	Área administrativa
Celular HAWIE Y3II	1	Área administrativa

**Fuente:** Olx Quito

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 55** *Requerimiento de Equipos de Oficina*

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	ÁREA DE USO
Sillón ejecutivo Incluido silla	1	Área administrativa
Archivador pequeño	1	Área administrativa
Sillón de espera	1	Área administrativa
Papelera metálica	1	Área administrativa

**Fuente:** Mueblería Otavalo, Proforma

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 56** *Requerimiento de Muebles y Enseres*

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	ÁREA DE USO
Mesa de 2 lugares	2	
Mesa de 4 lugares	2	
Mesa de 6 lugares	1	
Barra de servicio de madera con 4 compartimentos	1	Área operativa
Estantería de madera 5 compartimentos	1	
Mesa Auxiliar de acero Inoxidable	1	

**Fuente:** Mueblería Otavalo, Proforma

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 57** *Requerimiento de Equipos y Maquinaria*

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	ÁREA DE USO
Cocina 4 quemadores marca MABE	1	Área Producción
Refrigeradora 300lt marca INDURAMA	1	Área Producción
Extractor de humo	1	Área Producción
Televisión de 32' marca SAMSUNG	1	Área de Operativa
Tanque de gas	1	Área Producción
Licuada Oster	1	Área Producción

**Fuente:** MARCIMEX E INMASA Proforma

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 58** *Requerimientos de Menaje y Utería*

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	ÁREA DE USO
Platos tendidos medianos de porcelana	10	
Platos tendidos grande de porcelana	10	
Salseras pequeñas de porcelana	10	
Bandejas grandes de plástico	8	
Ollas inoxidable de 6lt	2	
Tablas de madera de picar	2	
Juego de cuchillo santoku	1	Área Producción
Esterilla de bambú	1	
Pírex	2	
Vaso de 220ml	20	
Cuchara de madera	2	
Recipientes de plástico	2	

**Fuente:** Sumak Hogar

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### **4.3.6 Materiales e insumos**

Con respecto a la materia prima para la preparación de los platillos se lo realizará en: SUPERMAXI debido a que ciertos ingredientes solo lo podemos encontrar en este establecimiento tales como: arroz para sushi, vinagre para sushi, alga nori, jengibre, salsa de soya, salmón, camarón, atún, pulpo, caviar. Los demás productos como las verduras se obtendrán en la Mercado Popular 24 de Mayo de la ciudad de Otavalo.

## Materia Prima Directa

**Tabla 59** *Materia prima directa*

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO
Arroz para Sushi	2,26 kg	\$11,03
Trigo pelado	1kg	\$1,75
Alga nori	1 paquete de 10 u	\$7,00
Salmón	2,270 kg	\$6,80
Vinagre	1lt	1,92
Zanahorias	U	0,10
Atún	2,744 kg	\$18,48
Pepinillos	U	0,10
Camarón	1 lb	\$6,00
Aguacate	U	0,18
Caviar	50 g	\$8,00
Sal	2,22kg	0,60
Queso Crema	250 g	\$1,61
Jengibre	125 g	2,90
Ajonjolí	1lb	3,00
Calamar	1lb	2,25
Azúcar	1kg	0,90
Salsa de Soya	150 ml	\$1,61

**Fuente:** SUPERMAXI Ficha de Observación N° 5

**Autor:** La autora

**Año:** 2018

## Materia Prima Indirecta

**Tabla 60** *Materia prima indirecta*

PRODUCTO	UNIDA DE MEDIA	PRECIO
Jengibre	125 g	2,90
Salsa de Soya	150 ml	\$1,61
Palillos	100 U	5,00
<b>TOTAL</b>		<b>9,91</b>

**Fuente:** SUPERMAXI, Ficha de Observación N° 5

**Autor:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.3.7 Recursos humanos

Sushi Otavalo considera que el talento humano es la base del proyecto, para el desarrollo de las actividades se ha considerado 3 personas que conformaran el proyecto, mismo que estarán distribuido de la siguiente manera:

**Tabla 61** *Requerimiento de Talento Humano*

AREA	DEPARTAMENTO	CARGO
Producción	Cocina	1 Chef
Operativo	Restaurante	1 Mesero
Administrativo	Gerencia	Gerente
	Contabilidad	Contador

**Autor:** La autora  
**Año:** 2018

Para el área de producción la cocina se contratará un chef de planta de igual manera el mesero que se desenvolverá en el área de comensales, por otro lado tenemos la parte administrativa en donde se requiere de un gerente de planta estos tres empleados serán el talento humano oficial del emprendimiento a quienes afiliaremos ante el seguro social y por ultimo tenemos una contadora/or a quien contrataremos ocasionalmente será un profesional independiente.

### 4.3.8 Programa pre operativo de producción

**Tabla 62** Programa pre operativo de producción

ENCARGADO	ACTIVIDADES	TIEMPO DE EJECUCIÓN									
		MES 1				MES 2				MES 3	
		Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 5	Sem 6	Sem 7	Sem.8	Sem 9	Sem. 10
Inlago Livia	Búsqueda del local en el centro dela ciudad de Otavalo	X									
Inlago Livia	Contrato de arrendamiento y adecuaciones del local		X								
Inlago Livia	Obtención de los permisos pertinentes para la apertura del local			X	X						
Inlago Livia	Contratos con Proveedores					X	X				
Inlago Livia	Contratar personal						X				
Inlago Livia	Socialización del proyecto al personal							X			
Inlago Livia	Decoraciones finales del local y publicidad para la apertura el local								X		
Inlago Livia	Adquisición de la materia prima									X	
Inlago Livia	Pruebas de Producción.										X

Elaborado por: La autora

Año: 2018



## 4.4 Diseño Organizacional

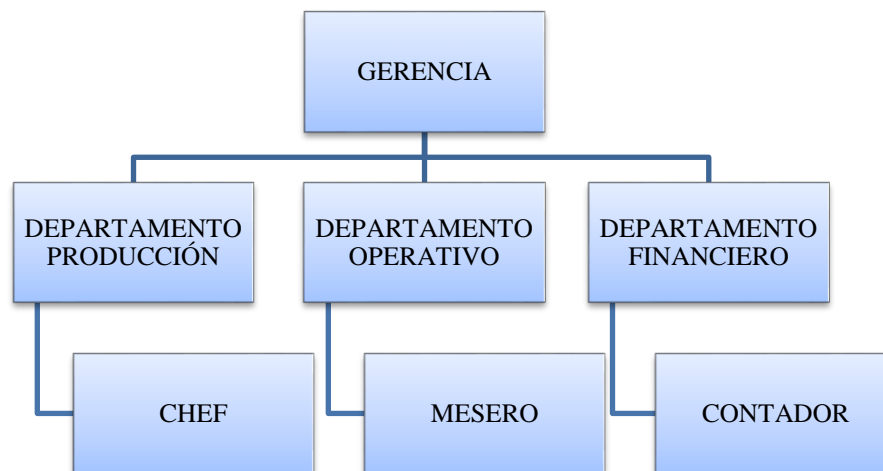
El diseño organizacional es desarrollado con la finalidad de instaurar una estructura jerárquica, que permita enmarcar la estructura legal de SUSHI OTAVALO, por medio de la cual se establecerá un organigrama de funciones de acuerdo al área en que se desempeñará cada miembro del proyecto.

### 4.4.1 Estructura legal del negocio

Sushi Otavalo es un emprendimiento que se constituirá legalmente como una Persona Natural no Obligada a llevar Contabilidad, mismo que será la proponente de este plan el delegado de administrar el negocio de organizar todas las actividades tanto de procesos del área operativa y gerencial. El proyecto será un emprendimiento familiar por tanto todos los gastos que incurra en la constituciones del negocio y la infraestructura e instrumentos necesarios será con un fondo familiar propio y un porcentaje con financiamiento.

### 4.4.2 Organigrama orgánico funcional

**Figura 24** *Organigrama Funcional de Sushi Otavalo*



Elaborado por: La autora

#### 4.4.3 Manual de funciones

## **MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS**

### **LABORALES DE SUSHI OTAVALO**

#### **1. CONFORMACIÓN DEL MANUAL**

El Manual de Funciones y Competencias laborales es un instrumento diseñado para lograr una adecuada o administración de talento humano. En este manual se establece las funciones y competencias laborales de los cargos que conforman SUSHI OTAVALO y, los requisitos establecidos para desempeño de cada uno de los miembros. Este manual representa un soporte técnico que justifica y da sentido a todos los cargos que va prescindir SUSHI OTAVALO.

En el presente Manual de Funciones y Competencias laborales se podrá encontrar una descripción detallada de las funciones tanto transversales como esenciales que se realizan en cada unos de los cargos específicos, los criterios de desempeño, conocimientos básicos, requerimiento de estudio y experiencia que debe acreditar para el adecuado y exitoso desempeño.

Con el presente manual se pretende entre otros los siguientes propósitos:

#### **2. CAMPO DE APLICACIÓN DEL MANUAL**

El propósito principal del cargo, las funciones esenciales establecidas en el presente manual, se aplicara a todos los cargos tanto administrativos y operativos que conforman el emprendimiento y serán bases para futuros procesos, capacitación y evaluación de desempeño.

### 3. DEFINICIONES PARA LA APLICACIÓN DEL MANUAL

Para efectos de comprensión, interpretación y la aplicación del manual se recomienda tener en cuenta las siguientes definiciones:

- **Actualización:** Hace referencia al cambio autorizado por parte del encargado de Talento Humano, mediante la cual se modifican algunos contenidos o funciones específicos cuando se actualicen, adicionen funciones a un cargo específicos o se cree uno nuevo.
- **Cargo:** Son todas las funciones, deberes y responsabilidades que deben ser atendidas por una persona para satisfacer las necesidades permanentes de la administración de SUSHI OTAVALO.
- **Conocimientos esenciales:** Corresponde al conjunto de teorías, principios, normas, técnicas conceptos y demás aspectos del saber que debe poseer y comprender quien este llamado al desempeño del cargo.
- **Criterios de desempeño:** Comprende a los resultados esperados de la actividad laboral que dan cuenta de la calidad que exige el buen ejercicio de las funciones. Los criterios permiten determinar si el empleado alcanza o no el resultado descrito en el elemento de competencia.
- **Denominación de cargo:** Es el conjunto de funciones tareas y responsabilidades que se asigna a una persona y las competencias requeridas para llevarlas a cabo, con la finalidad de satisfacer el cumplimiento de planes de acción de cada área.
- **Empleado:** Es la persona nombrada por la autoridad para ejercer un determinado cargo, tomar posesión del mismo y ejercer un conjunto de funciones señaladas por SUSHI OTAVALO y se vincula mediante una relación de carácter legal regulada por normas que establece el derecho del empleado.

- **Homologación:** Hace referencia a la validación de experiencia en caso de requerimientos específicos títulos de formación académica.
- **Perfiles:** Son las exigencias de formación, entrenamiento y experiencias laborales, concretas y particulares que se deben acreditar el desempeño del trabajo específico.
- **Trabajo específico:** Es la identificación, denominación o nombre que se le da a la relación o descripción de las funciones, actividades, tareas, labores y responsabilidades que cumple un funcionario en el desempeño de un cargo.

#### **4. ACTUALIZACIÓN DEL MANUAL**

El Manual de Funciones y Competencias laborales, que ha sido elaborado por la gerencia administrativa expedido por el representante legal, mismo que se actualizará, modificará o adicionará mediante el siguiente procedimiento:

- 4.1 Comunicación debidamente sustentada al encargado de Talento Humano, mediante la cual se solicita la actualización modificación o adición de las funciones específicas o de los perfiles.
- 4.2 Análisis de la documentación que sustente la actualización, modificación por parte del encargado de Talento Humano.
- 4.3 Actualización del manual de funciones y competencias laborales.

#### **5. Asesoría y control**

La asesoría y asistencia sobre la utilización adecuada del Manual de Funciones y Competencias Laborales será responsabilidad de la gerencia de SUSHI OTAVALO

## **6. DENOMINACIÓN DE LOS CARGOS**

Teniendo en cuenta la naturaleza de las funciones, requisitos y competencias laborales exigidas para su desempeño de los cargos en SUSHI OTAVALO.

### **6.1 Nivel Directivo**

Toma en cuenta los cargos que corresponden a las funciones son de direccionamiento estratégico, formulación de políticas y planes. Este nivel se caracteriza por cumplir funciones de dirección y orientación de la empresa.

### **6.2 Nivel Profesional**

Son los cargos que ejercen funciones de coordinación de seguimientos de planes, proyectos institucionales, mismo que requieren de la aplicación de los conocimientos técnicos y propios de su carrera profesional.

### **6.3 Nivel Técnico**

Comprende los cargos que ejercen funciones técnicas o de apoyo, cuyo objetivo es el desarrollo de los procesos y procedimientos misionales y de soporte, en los cuales predominan actividades técnicas y sin nivel de especialización.

A continuación se realizará la descripción de tareas y responsabilidades de cada puesto que ocuparán el Talento Humano en Sushi Otavalo.

**Tabla 63** *Funciones del Gerente*

---



---

<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO</b>	Gerente
<b>REPORTA</b>	Propietario
<b>REQUISITOS</b>	Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría, Finanzas, Administración o afines Experiencia mínima 1 año en cargos similares Sólidos conocimientos en gerencia
<b>PROPOSITO PRINCIPAL</b>	Ejercer la representación administrativa, comercial, jurídica y financiera de la gestión de SUSHI OTAVALO. Definir políticas y directrices generales para la administración de Talento Humano los recursos económicos, financieros tecnológicos asegurando su utilización en condiciones de costo beneficio, oportunidad a fin de los lograr los objetivos del proyecto.
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Liderazgo en el equipo de trabajo</li><li>• Orientación en trabajo en con los miembros</li><li>• Comunicación abierta con las personas</li><li>• Toma de decisiones</li><li>• Resolución de problemas con ideas positiva</li><li>• Proactivo en su lugar de trabajo</li></ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contactar con proveedores para negociar precios</li><li>• Aprobar órdenes de compra de insumos y materiales</li><li>• Supervisar el cierre de caja al mesero</li><li>• Organización de Publicidad durante un tiempo determinado</li><li>• Desarrollo de reuniones con los empleados y capacitaciones</li><li>• Implementar políticas interna dentro del establecimiento con el fin de brindar un servicio de calidad.</li></ul>

---

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

**Tabla 64** *Funciones del Chef*



---

<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO</b>	Chef
<b>REPORTA</b>	Gerente
<b>REQUISITOS</b>	Titulo Tercer nivel en Gastronomía Experiencia minina 1 año en actividades similares Conocimientos en costeo y producción
<b>PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	Elaboración y producción de platillos cumpliendo los estándares de calidad salud e higiene.
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manejo de Producción de los platos eficientemente.</li><li>• Creatividad en el diseño de los platillos</li><li>• Orden con sus instrumentos de trabajo</li><li>• Trabajo en equipo</li><li>• Flexibilidad ante los cambios internos y eternos</li></ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planificar el menú y la creación de nuevo platillos</li><li>• Inventarios de materia prima e insumo para su abastecimiento</li><li>• Realiza la producción</li><li>• Costos de producción para el establecimiento de platos en conjunto con el gerente</li><li>• Despacho de pedidos trabajo en equipo</li><li>• Pedido de Insumos</li><li>• Limpieza del Área en relación a la producción.</li></ul>

---

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

**Tabla 65** *Funciones del Contador*

---



---

<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO</b>	Contador
<b>REPORTA</b>	Gerente
<b>REQUISITOS</b>	Título superior en Contabilidad y Auditoría o Finanzas Experiencia mínima 1 año Conocimiento sólidos tributarios y financieros
<b>PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	Planificar las actividades estableciendo criterios, objetivos para el manejo y gestión de los recursos económicos de la empresa para que estas sean utilizadas con eficiencias y eficacia.
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creativo en las actividades desempeñadas</li><li>• Disciplinado y ético</li><li>• Competitivo en el área laboral</li><li>• Ágil</li><li>• Ordenado con lo documento</li></ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer los procedimientos para la gestión de información financiera por medio de registros contables.</li><li>• Cumplir con las obligaciones fiscales</li><li>• Cumplir con las normas contables vigentes</li><li>• Administrar de forma adecuada los recursos financieros.</li><li>• Contribuir con las demás tareas.</li><li>• Realizar inventarios.</li></ul>

---

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018



**Tabla 66** *Funciones del Mesero*



<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO</b>	Mesero
<b>REPORTA</b>	Gerente
<b>REQUISITOS</b>	Bachiller Experiencia mínima 1 años en actividades similares Conocimiento básicos en contabilidad Agilidad en manejo de Microsoft office Arque de caja
<b>PROPOSITO PRINCIPAL</b>	Brindar apoyo funcional y administrativo al chef a la gestión de la gerencia y area contable.
<b>COMPETENCIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocimientos del menú</li><li>• Proactivo</li><li>• Atento con los clientes</li><li>• Amble</li><li>• Trabajo en equipo</li></ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recepción del cliente y dirigir a las mesas</li><li>• Decoración de mesas, orden y limpieza</li><li>• Orientación del cliente en relación al menú que ofrecemos</li><li>• Presentación del Menú</li><li>• Toma de pedido</li><li>• Servicio a la mesa</li><li>• Facturación</li><li>• Cierre de Caja</li></ul>

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

#### **4.4.5 Aspectos legales de funcionamiento**

Para iniciar las operaciones de un negocio en la ciudad de Otavalo se han establecidos parámetros que son indispensables cumplir con la finalidad de ingresar al mercado de forma legal a continuación detallamos los principales requerimientos:

##### **✓ RUC**

Para la obtención del RUC son indispensable los siguientes requisitos:

1. Presentar la original y copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o si fuera el caso del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
2. Presentar la papeleta de votación del último proceso electoral
3. Documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo (Requisitos - SRI , 2018).

##### **✓ PATENTE MUNICIPAL**

###### **Requisitos:**

1. Formulario de solicitud y declaración de patente (especie valorada)
2. Copia de cédula y papeleta de votación del último proceso electoral si es primera vez.
3. Una copia del RUC actualizado.
4. Copia de la declaración de impuesta a la renta del año anterior para aquellos que estén obligados a declarar o en el caso de que hayan cumplido un periodo fiscal.
5. Estos requisitos es para establecimientos nuevos, informe de uso de suelo mismo que es otorgado por la Jefatura del Control Urbano y Gestión de Calidad Ambiental.
6. Copia de permiso actualizado del cuerpo de Bomberos de la ciudad.
7. Copia de contrato de arrendamiento en caso de locales arrendados (GAD Municipal de Otavalo, 2018).

## ✓ **CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS**

De acuerdo al Cuerpo de Bomberos de Otavalo el permiso de funcionamiento se emiten a todos los locales que realizan actividades económicas y es necesario enmarcar dentro de la actividad.

### **Requisitos:**

1. Solicitud de inspección física del local
2. Informe de la inspección física desarrollado anteriormente.
3. Copia del RUC (Cuerpo de Bomberos de Otavalo , 2018).

## **PERMISO DE LA AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN Y VIGILANCIA**

### **SANITARIA.**

### **Requisitos:**

1. RUC
2. Nombres y apellido completos si es persona natural
3. Dirección del establecimiento que abalice con un documento de servicio básico
4. Categoría

Este permiso tiene un costo, previa la inspección, se obtiene el permiso valido por un año (Agencia Nacional de Regulación y Vigilancia Sanitaria , 2018) .

## ✓ **AFILIACIÓN A LOS TRABAJADORES AL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL IESS**

La leyes actuales del Ecuador, establece que los empleadores están obligados a afiliar a los empleados desde el primero día que el empleado preste su servicio. Para realizar el trámite correspondiente se realizará a través de la página web del IESS a continuación el proceso a seguir:

1. Ingresar al portal del IESS (www.iess.gob.ec)
2. Seleccionar la opción empleadores/servicios en línea.
3. Selección aviso de ingreso y salida
4. Ingresa al sistema con el número de cédula y clave del empleador.
5. Seleccionar la opción de aviso de entrada
6. Ingresar el número de cédula del afiliado
7. Validar y enviar
8. Llenar los datos que solicita el sistema y pulsa la opción Aceptar (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), 2018)

#### **4.4.6 Régimen tributario**

En cuanto a régimen tributario el emprendimiento de acuerdo a la legislación vigente se establecerá como Personas Natura no Obligada a llevar Contabilidad por lo que debe cumplir obligaciones con el Servicio de Rentas Internas dichas obligaciones son las siguientes:

##### **1. Emitir comprobantes de ventas autorizados**

La microempresa está obligada a entregar comprobantes de ventas estas pueden ser Factura, ticket de máquina registradora siempre y cuando esta tenga la autorización del SRI, estos documentos deben ser emitidos a los clientes por un valor igual o mayor a los \$4,00 o a su vez se puede realizar de la facturación electrónica.

##### **2. Declaraciones del IVA mensual para lo cual debe hacer uso del formulario 104.**

El IVA es un impuesto, establecido por el SRI mismo que es gravado a todas las cantidades de compra, cambio de dominio, o también a la importación de bienes o servicios, para este

impuesto se existe dos 2 tarifas: el 12% y 0%. Las adquisiciones que desarrollará SUSHI OTAVALO abarcan las dos tarifas, por otro lado podemos manifestar que el servicio que ofertará al público marcará la tarifa 12%, por tanto según las disposiciones del SRI debe realizar las declaraciones mensuales según los plazos establecidos por el noveno dígito del RUC por medio del formulario 104 A (Servicio de Rentas Internas).

**Tabla 67** *Fechas de declaración mensual IVA 2018*

NOVENO DÍGITO	FECHA MÁXIMA (DECLARACIÓN MENSUAL)	FECHA MÁXIMA ( DECLARACIÓN DE FORMA SEMESTRAL)	
		1ER SEMESTRE	2DO SEMESTRE
1	10 del siguiente mes	10 de julio	10 de enero
2	12 del siguiente mes	12 de julio	10 de enero
3	14 del siguiente mes	14 de julio	10 de enero
4	16 del siguiente mes	16 de julio	10 de enero
5	18 del siguiente mes	18 de julio	10 de enero
6	20 del siguiente mes	20 de julio	10 de enero
7	22 del siguiente mes	22 de julio	10 de enero
8	24 del siguiente mes	24 de julio	10 de enero
9	26 del siguiente mes	26 de julio	10 de enero
0	28 del siguiente mes	28 de julio	10 de enero

**Fuente:** SRI- Servicios de Rentas Internas

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

En caso de coincidir las fechas en días de descanso obligatorio, o feriados este pago se trasladará de forma automática al día siguiente hábil.

### 3. Impuesto a la renta anual si los ingresos supera la base exenta fijada cada año.

Esta declaración de impuestos es donde se detalla las actividades realizadas en nuestra actividad económica, misma que está reflejada en ventas y las compras realizadas en el transcurso de un año. Al finalizar el año comercial podemos evidenciar si nuestra actividad económica ha generado utilidad y de acuerdo a la tabla establecida por el SRI, en caso de que excede el monto de la base imponible se deberá declarar de manera anual presentando el formulario 102 A (Servicio de Rentas Internas).

**Tabla 68** *Fechas de declaración de Impuesto a la Renta*

<b>DÍGITO NOVENO DE RUC O CÉDULA DE IDENTIDAD</b>	<b>FECHAS DE PAGO PARA PERSONAS NATURALES</b>
1	10 de marzo
2	12 de marzo
3	14 de marzo
4	16 de marzo
5	18 de marzo
6	20 de marzo
7	22 de marzo
8	24 de marzo
9	26 de marzo

**Fuente:** SRI- Servicios de Rentas Internas

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5 Plan Financiero

El plan financiero tiene el objetivo de sistematizar y ordenar toda la información de carácter económico que abordan los puntos antes tratados, además se desarrollará cuadros analíticos para la evaluación del proyecto y de esta manera determinar si genera rentabilidad. El presente plan

tiene la finalidad de determinar la viabilidad de la creación de la microempresa, todo el proceso desarrollado están bajos las normas financieras.

#### 4.5.1 Inversión inicial

Para ejecutar el proyecto hemos visto necesario la inversión en equipo de oficina, equipo de cómputo, maquinaria, menaje y utilería de cocina. Siendo los principales requerimientos para el plan financiero misma que garantiza las actividades antes de entrar en operaciones y operativas del proyecto los cuales no pueden ser modificadas durante los 5 años próximos de la evaluación.

##### 4.5.1.1 Activos Fijos

A continuación se presenta el monto de activos fijos, mismos que son necesarios para la ejecución del proyecto que se utilizarán tanto en la parte administrativa como en la de ventas que serán de propiedad exclusivamente de SUSHI OTAVALO.

**Tabla 69** *Activos depreciables*

DETALLE	RUBRO	VALOR	MONTO EN USD
	Equipo de Oficina	340,00	
<b>Inversión Fija</b>	Menaje y Utilería de cocina	272,00	4.136,00
	Equipo y Maquinaria	1.474,00	
	Muebles y enseres	775,00	
	Equipo Computación	1.275,00	

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.1.2 Activos Diferidos

Para iniciar las operaciones del proyecto es necesario realizar trámites pertinentes y necesarios a los cuales consideramos como activos diferidos el mismo que está constituido por los rubros presentados a continuación:

**Tabla 70** *Gastos de constitución*

CONCEPTO	VALOR	
Elaboración de minuto	50	
Registro en notaria publica	100	
RUC	0	
Patente Municipal	50	
Permiso de Cuerpo de Bomberos	10	
Permiso de Registro Sanitario	100	
<b>TOTAL</b>		<b>310</b>

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

#### 4.5.1.3 Capital el trabajo

El capital de trabajo está constituido por todos los recursos necesarios que permitirá desempeñar las actividades del primer trimestre para ello presentamos el siguiente detalle en cual hemos considerado para conformar el capital de trabajo: materia prima, materia prima indirecta gastos de ventas, sueldos, arriendo, etc.



**Tabla 71** *Capital de Trabajo*

RUBRO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	TOTAL POR RUBRO
	Arroz de sushi (lb)	100	\$ 2,75	\$ 275,00
	Alga nori (u)	980	\$ 0,70	\$ 686,00
	Salmón (lb)	70	\$ 1,70	\$ 119,00
	Atún (lb)	65	\$ 4,62	\$ 300,30
	Vinagre (ml)	5.500	\$ 0,00	\$ 10,56
	Camarón (lb)	75	\$ 3,00	\$ 225,00
	Caviar (gr)	1.200	\$ 0,06	\$ 72,00
	Zanahoria (u)	90	\$ 0,10	\$ 9,00
<b>Materia prima directa</b>	Aguacate (u)	280	\$ 0,10	\$ 28,00
	Pepinillos (u)	280	\$ 0,16	\$ 44,80
	Queso crema (gr)	10.800	\$ 0,18	\$ 1.944,00
	Sal (gr)	2.970	\$ 0,00	\$ 0,30
	Jengibre (gr)	500	\$ 0,02	\$ 10,00
	Salsa de soya (gr)	2.000	\$ 0,01	\$ 20,00
	Calamar (lb)	30	\$ 2,25	\$ 67,50
	Ajonjolí (gr)	9.150	\$ 0,00	\$ 27,45
	Azúcar (gr)	1.800	\$ 0,00	\$ 1,08
<b>Materia prima indirecta</b>	Palillos (u)	360	\$ 0,06	\$ 21,60
	Servilletas (u)	300	\$ 0,04	\$ 12,00
<b>Recurso Humano Producción</b>	Chef	1	\$ 529,40	\$ 529,40
	Gerente	1	\$ 529,40	\$ 529,40
	Estipendio Contadora	1	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>Gastos administrativos</b>	Suministro de limpieza	1	\$ 70,60	\$ 70,60
	Uniforme	1	\$ 42,00	\$ 42,00
	Instalación y decoración	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Material de oficina	1	\$ 37,30	\$ 37,30
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	Energía Eléctrica (Kw/h)	200	\$ 0,10	\$ 19,40
	Agua (m3.)	70	\$ 0,42	\$ 29,54
	Gas	1	\$ 4,00	\$ 4,00
<b>Gasto de venta</b>	Gasto publicidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Sueldo Mesero	1	\$ 529,40	\$ 529,40
	Gasto Arriendo	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL</b>			<b>\$ 6.144,62</b>
	<b>CAPITAL DE TRABAJO PARA TRES MESES</b>			<b>\$ 18.433,87</b>

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### 4.5.2 Modelo de financiamiento

La estructura de financiamiento del proyecto se ha distribuido de la siguiente manera el monto total de la inversión representa el 100% de los cuales el 60% se realizará por medio de una préstamo bancario en BanEcuador y 40% será un aporte propio familiar.

**Tabla 72** Estructura de financiamiento

DETALLE	%	MONTO EN USD
Inversión propia	50%	\$ 11.419,31
Préstamo	50%	\$ 11.419,31
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 22.838,62</b>

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

En relación al financiamiento se realizará con BanEcuador, esta entidad financiera ofrece diversas líneas de crédito de las cuales hemos optado por la línea de crédito para emprendimientos el cual apoya iniciativas productivas generadas por los jóvenes recién graduados y público en general que disponen experiencia en actividad económica, el monto que ofrece varía desde los 500,00 hasta los 50, 000,00 con plazos de hasta 60 meses. Los requisitos necesarios para acceder a este servicio son los siguientes:

- ✓ Presentación de cedula de identidad y papeleta de votación del solicitante y/o conyugue.
- ✓ Presentación del RUC o RISE del solicitante.
- ✓ Copia de la planilla de cualquier servicio básico no mayor a dos dese de la fecha de la presentación de la solicitud de crédito.
- ✓ Copia de carta de impuesto predial, escritura de inmueble y/o certificado de gravámenes ( si aplica)

- ✓ Copia de matrícula de vehículo (si aplica)
- ✓ Copias de escrituras, comodato, contrato o certificado de arrendamiento o documentos que justifiquen el uso del lugar de inversión.
- ✓ Copia de contrato de compromiso de compra-venta del bien a adquirir (BanEcuador, 2017).

#### 4.5.2.1 Amortización

El monto de inversión con financiamiento es de 7828,70 el cual nos conceden a un tasa anual del 11,86% durante 3 años, mismo que se realizará el desembolso de manera mensual hasta cancelar su totalidad. A continuación se presenta a tabla de amortización con pagos fijos cada cuota.

**Tabla 73** *Tabla de amortización*

Tasa anual	11,86%
Pagos por año	12
Tasa por período	0,99%
Plazo en años	3
Plazo en meses	36
Plazo de gracia	-
Monto	\$11.419,31
Opción de compra	\$0

PERIODOS	CUOTA	CAPITAL	INTERESES	SALDO
1	\$ -	\$ 265,66	\$ 112,86	\$ 11.153,65
2	\$ 378,52	\$ 268,29	\$ 110,24	\$ 10.885,36
3	\$ 378,52	\$ 270,94	\$ 107,58	\$ 10.614,43
4	\$ 378,52	\$ 273,62	\$ 104,91	\$ 10.340,81
5	\$ 378,52	\$ 276,32	\$ 102,20	\$ 10.064,49
6	\$ 378,52	\$ 279,05	\$ 99,47	\$ 9.785,44
7	\$ 378,52	\$ 281,81	\$ 96,71	\$ 9.503,63
8	\$ 378,52	\$ 284,59	\$ 93,93	\$ 9.219,04
9	\$ 378,52	\$ 287,41	\$ 91,11	\$ 8.931,63
10	\$ 378,52	\$ 290,25	\$ 88,27	\$ 8.641,38
11	\$ 378,52	\$ 293,12	\$ 85,41	\$ 8.348,27
12	\$ 378,52	\$ 296,01	\$ 82,51	\$ 8.052,26
13	\$ 378,52	\$ 298,94	\$ 79,58	\$ 7.753,32
14	\$ 378,52	\$ 301,89	\$ 76,63	\$ 7.451,42
15	\$ 378,52	\$ 304,88	\$ 73,64	\$ 7.146,55
16	\$ 378,52	\$ 307,89	\$ 70,63	\$ 6.838,66
17	\$ 378,52	\$ 310,93	\$ 67,59	\$ 6.527,73
18	\$ 378,52	\$ 314,01	\$ 64,52	\$ 6.213,72
19	\$ 378,52	\$ 317,11	\$ 61,41	\$ 5.896,61
20	\$ 378,52	\$ 320,24	\$ 58,28	\$ 5.576,37
21	\$ 378,52	\$ 323,41	\$ 55,11	\$ 5.252,96
22	\$ 378,52	\$ 326,60	\$ 51,92	\$ 4.926,35
23	\$ 378,52	\$ 329,83	\$ 48,69	\$ 4.596,52
24	\$ 378,52	\$ 333,09	\$ 45,43	\$ 4.263,43
25	\$ 378,52	\$ 336,38	\$ 42,14	\$ 3.927,05
26	\$ 378,52	\$ 339,71	\$ 38,81	\$ 3.587,34
27	\$ 378,52	\$ 343,07	\$ 35,45	\$ 3.244,27
28	\$ 378,52	\$ 346,46	\$ 32,06	\$ 2.897,81
29	\$ 378,52	\$ 349,88	\$ 28,64	\$ 2.547,93
30	\$ 378,52	\$ 353,34	\$ 25,18	\$ 2.194,59
31	\$ 378,52	\$ 356,83	\$ 21,69	\$ 1.837,76
32	\$ 378,52	\$ 360,36	\$ 18,16	\$ 1.477,40
33	\$ 378,52	\$ 363,92	\$ 14,60	\$ 1.113,48
34	\$ 378,52	\$ 367,52	\$ 11,00	\$ 745,97
35	\$ 378,52	\$ 371,15	\$ 7,37	\$ 374,82
36	\$ 378,52	\$ 374,82	\$ 3,70	\$ -0,00
	TOTAL	\$ 5.842,94	\$ 1.727,49	

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

#### 4.5.2.2 Pago de Intereses

**Tabla 74** *Pago de intereses en 3 años*

<b>AÑO</b>	<b>INTERÉS PAGADO</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>1</b>	1.175,20	29,48%
<b>2</b>	753,43	33,17%
<b>3</b>	278,32	37,33%
<b>Total</b>	<b>2.206,95</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### 4.5.2.3 Pago de capital

**Tabla 75** *Pago de Capital*

<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>1</b>	3.367,06	29,48%
<b>2</b>	3.788,83	33,17%
<b>3</b>	4.262,43	37,33%
<b>Total</b>	<b>11.418,32</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### 4.5.3 Proyección de las ventas

Para la proyección de ventas se ha tomado en cuenta la población objetiva que se encuentra distribuida de la siguiente manera población Otavaleña 19867 y los turistas tanto nacionales como extranjeros 8820. De acuerdo al estudio de mercado realizado anteriormente se ha obtenido un 73,03% de aceptación en la población. Tomando en cuenta los datos obtenidos en el estudio de mercado ha facilitado dar con el volumen de ventas mensuales y por ultimo para el crecimiento de las ventas en cada año se ha tomado en cuenta el crecimiento del PIB del 3,26%.

**Tabla 76 Proyección de ventas**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Volumen proyectado</b>					
Individual	1.620	1.673	1.727	1.784	1.842
Bonsái Dúo	900	929	960	991	1.023
Bonsái Familiar	1.080	1.115	1.152	1.189	1.228
<b>Precio de venta</b>					
Individual	\$ 8,93	\$ 8,95	\$ 8,98	\$ 9,00	\$ 9,02
Bonsái Dúo	\$ 17,20	\$ 17,25	\$ 17,29	\$ 17,34	\$ 17,38
Bonsái Familiar	\$ 32,93	\$ 33,01	\$ 33,10	\$ 33,19	\$ 33,27
<b>Ventas proyectadas</b>					
Individual	\$ 14.469,33	\$14.979,88	\$ 15.508,44	\$16.055,65	\$16.622,17
Bonsái Dúo	\$ 15.480,76	\$16.026,99	\$ 16.592,50	\$17.177,97	\$17.784,09
Bonsái Familiar	\$ 35.562,23	\$36.817,03	\$ 38.116,11	\$39.461,03	\$40.853,40
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$ 65.512,32</b>	<b>\$67.823,91</b>	<b>\$ 70.217,06</b>	<b>\$72.694,65</b>	<b>\$75.259,66</b>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.4 Proyección de costos y gastos

A continuación presentaremos la proyección de costos y gastos que son necesarios para la operación de la empresa el mismo que avala que el servicio que se brindará sea de calidad.

##### 4.5.4.1 Proyección de costos

En este presupuesto hemos tomado en cuenta todos los ingredientes necesarios para la preparación de cada uno de los platos que son materias primas que incurren directamente en la producción del servicio. En primera instancia se presenta la tabla de materia prima mensual para la producción de 300 platos. A continuación se presenta la materia prima necesaria para la producción en un y consecuentemente para la proyección de la materia prima lo determinamos tomando en cuenta el IPP de diciembre del año 2017.

**Tabla 77** *Materia prima para la producción mensual*

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO U	PRECIO TOTAL
Arroz de Sushi	lb	75	2,75	206,25
Trigo pelado	lb	20	1,75	35
Alga Nori	unidad	980	0,70	686
Vinagre	ml	5500	0,00192	10,56
Salmón	lb	70	1,7	119
Atún	lb	65	4,62	300,3
Camarón	lb	75	3	225
Queso Crema	gr	10800	0,06	648
Zanahorias	unidad	90	0,1	9
Pepinillos	unidad	280	0,1	28
Caviar	gr	1200	0,16	192
Aguacate	unidad	280	0,18	50,4
Sal	gr	2970	0,0001	0,297
Ajonjolí	gr	9150	0,003	27,45
Calamar	l	30	2,25	67,5
Salsa de soya	ml	2000	0,01	20
Jengibre	gr	500	0,02	10
Azúcar	gr	1800	0,0006	1,08
<b>Total</b>				<b>2655,837</b>

**Elaborado por:** La autora**Año:** 2018

**Tabla 78 Proyección de materia prima**

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Volumen proyectado</b>					
Arroz de sushi (lb)	1.140	1.177	1.216	1.255	1.296
Trigo pelado	240	251	254	261	286
Alga nori (u)	11.760	12.143	12.539	12.948	13.370
Salmón (lb)	840	867	896	925	955
Atún (lb)	780	805	832	859	887
Vinagre (lt)	66.000	68.152	70.373	72.668	75.036
Camarón (lb)	900	929	960	991	1.023
Caviar (gr)	14.400	14.869	15.354	15.855	16.372
Zanahoria (u)	1.080	1.115	1.152	1.189	1.228
Aguacate (u)	3.360	3.470	3.583	3.699	3.820
Pepinillos (u)	3.360	3.470	3.583	3.699	3.820
Queso crema (gr)	129.600	133.825	138.188	142.693	147.344
Calamar	360	372	384	396	409
Ajonjolí	109.800	113.379	117.076	120.892	124.833
Jengibre	6.000	6.196	6.398	6.606	6.821
Salsa de Soya	24.000	24.782	25.590	26.425	27.286
Sal (gr)	35.640	36.802	38.002	39.240	40.520
Azúcar (gr)	21.600	22.304	23.031	23.782	24.557
<b>Costo de adquisición</b>					
Arroz de sushi (lb)	\$ 2,75	\$ 2,76	\$ 2,76	\$ 2,77	\$ 2,78
Alga nori (u)	\$ 0,70	\$ 0,70	\$ 0,70	\$ 0,71	\$ 0,71
Salmón (lb)	\$ 1,70	\$ 1,70	\$ 1,71	\$ 1,71	\$ 1,72
Atún (lb)	\$ 4,62	\$ 4,63	\$ 4,64	\$ 4,66	\$ 4,67
Vinagre (lt)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Camarón (lb)	\$ 3,00	\$ 3,01	\$ 3,02	\$ 3,02	\$ 3,03
Caviar (gr)	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 0,16	\$ 0,16
Zanahoria (u)	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
Aguacate (u)	\$ 0,18	\$ 0,18	\$ 0,18	\$ 0,18	\$ 0,18
Pepinillos (u)	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10
Queso crema (gr)	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06
Calamar	\$ 2,25	\$ 2,26	\$ 2,26	\$ 2,27	\$ 2,27
Ajonjolí	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Jengibre	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 0,02
Salsa de Soya	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 0,01
Sal (gr)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Azúcar (gr)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Costos proyectados</b>					
Arroz de sushi (lb)	\$ 3.135,00	\$ 3.245,62	\$ 3.360,14	\$ 3.478,70	\$ 3.601,45
Alga nori (u)	\$ 8.232,00	\$ 8.522,46	\$ 8.823,18	\$ 9.134,50	\$ 9.456,81
Salmón (lb)	\$ 1.428,00	\$ 1.478,39	\$ 1.530,55	\$ 1.584,56	\$ 1.640,47
Atún (lb)	\$ 3.603,60	\$ 3.730,75	\$ 3.862,39	\$ 3.998,67	\$ 4.139,77
Vinagre (lt)	\$ 126,72	\$ 131,19	\$ 135,82	\$ 140,61	\$ 145,57
Camarón (lb)	\$ 2.700,00	\$ 2.795,27	\$ 2.893,90	\$ 2.996,01	\$ 3.101,72
Caviar (gr)	\$ 2.304,00	\$ 2.385,30	\$ 2.469,46	\$ 2.556,60	\$ 2.646,80
Zanahoria (u)	\$ 108,00	\$ 111,81	\$ 115,76	\$ 119,84	\$ 124,07
Aguacate (u)	\$ 604,80	\$ 626,14	\$ 648,23	\$ 671,11	\$ 694,79
Pepinillos (u)	\$ 336,00	\$ 347,86	\$ 360,13	\$ 372,84	\$ 385,99
Queso crema (gr)	\$ 7.776,00	\$ 8.050,37	\$ 8.334,43	\$ 8.628,51	\$ 8.932,96
Calamar	\$ 810,00	\$ 838,58	\$ 868,17	\$ 898,80	\$ 930,52
Ajonjolí	\$ 329,40	\$ 341,02	\$ 353,06	\$ 365,51	\$ 378,41
Sal (gr)	\$ 3,56	\$ 3,69	\$ 3,82	\$ 3,95	\$ 4,09
Jengibre	\$ 120,00	\$ 13,42	\$ 13,89	\$ 14,38	\$ 14,89
Salsa de Soya	\$ 240,00	\$ 248,47	\$ 257,24	\$ 266,31	\$ 275,71
Azúcar (gr)	\$ 12,96	\$ 13,42	\$ 13,89	\$ 14,38	\$ 14,89
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>\$ 31.870,04</b>	<b>\$ 32.883,75</b>	<b>\$ 34.044,05</b>	<b>\$ 35.245,29</b>	<b>\$ 36.488,91</b>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018



**Tabla 79** Vida útil de depreciación

<b>TABLA DE VIDA ÚTIL</b>			
	<b>%</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR</b>
Equipo de Oficina	10%	10	340
Menaje y Utilería de cocina	20%	5	272
Maquinaria	10%	10	1.474
Equipo de computación	33,33%	3	1.275
Muebles y enseres	10%	10	775

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

Con relación a los valores de depreciación de los activos fijos que conformarán el proyecto son considerados los porcentajes establecidos por las NIIF'S y de igual manera para su depreciación tomando en cuenta su vida útil

**Tabla 80** Calculo de depreciación

<b>CÁLCULO DE DEPRECIACIONES</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>
Equipo de Oficina	34	34	34	34	34	170
Menaje y Utilería de cocina	54	54	54	54	54	-
Maquinaria	140	140	140	140	140	700
Equipo de computación	425	425	425		-	-
Muebles y Enseres	78	78	78	78	78	388
<b>TOTAL</b>	<b>731</b>	<b>731</b>	<b>731</b>	<b>306</b>	<b>306</b>	<b>1257</b>

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 81** Costos Indirectos

<b>SERVICIO BÁSICO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIA</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Agua	Metros cúbicos	80	\$ 0,42	\$ 33,76	\$ 405,12
Gas	m3 en kg	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Energía eléctrica	Kilovatios	300	\$ 0,09700	\$ 29,10	\$ 349,20
Total de servicios				66.86	802.32

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Tabla 82** *Costos de Materia Prima Indirecta*

CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Palillo de madera (u)	360	\$ 0,05	\$ 18,00	\$ 216,00
Servilletas (u)	300	\$ 0,04	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>Total, de Materia Prima Indirecta</b>			<b>\$ 30,00</b>	<b>\$ 360,00</b>

Elaborado por: La autora

Año: 2018

**Tabla 83** *Proyección de Costos y Gastos*

COSTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mat.Prima	31.870	32.884	34.044	35.245	36.489
M.Obra	6.353	6.576	6.808	7.048	7.296
Cost. Ind.	635	658	681	705	730
Materia prima indirecta	403	417	432	447	463
Gastos de ventas	9.713	9.738	9.763	9.789	9.814
Gastos generales y de administración	7.353	7.372	7.391	7.410	7.429
Gastos financieros	1.175,20	753,43	278,32		
Depreciación	738	738	738	313	313
Amortización de gastos dif.	103	103	103		
<b>TOTAL</b>	<b>58.344</b>	<b>59.240</b>	<b>60.239</b>	<b>60.957</b>	<b>62.534</b>

Elaborado por: La autora

Año: 2018

#### 4.5.5 Estados financieros

Todos los valores presentados en los siguientes estados financieros son resultados adquiridos posteriormente al implantar los costos y gastos que el emprendimiento considera necesario para el desarrollo de las actividades administrativas y operativas. A continuación se presentarán los principales estados que son:

- ✓ El estado de situación inicial

- ✓ El estado de resultados
- ✓ El flujo de caja

Estos tres estados nos reflejan la situación económica y financiera del emprendimiento mismo que cuenta cuando va a empezar sus operaciones.

#### 4.5.5.1 Estado de Situación Financiera

**Tabla 84** Estado de situación Financiera Sushi Otavalo

<b>SUSHI OTAVALO</b> <b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b> <b>DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 201XX</b> <b>En dólares americanos</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		Obligaciones a largo plazo	
Capital de Trabajo	18.392,62	Préstamos Bancarios	11419,311
Total Activos Corrientes		<b>Total Pasivos</b>	11419,311
	18392,62		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Propiedad del Proyecto		Capital	
Equipo de Oficina	340,00	Capital social	11419,31
Menaje y Utilería de cocina	272,00		
Equipo y Maquinaria	1.474,00		
Muebles y enseres	775,00		
Equipo Computación	1.275,00		
Total Activos Fijos	4136,00		
<b>ACTIVO INTANGIBLE DIFERIDA</b>			
Gastos de Constitución	310	Total patrimonio	11419,311
Total Activo Intangible	310		
<b>Total= AF+AC+AID</b>	<b>22.838,62</b>	<b>Total= P+PT</b>	<b>22838,62</b>
<b>FIRMA GERENTE</b>		<b>FIRMA CONTADOR</b>	

Elaborado por: La autora  
 Año: 2018

**Tabla 85** Estado de resultado mes 1

<b>SUSHI OTAVALO</b>		
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>		
<b>MES 1</b>		
<b>En dólares americanos</b>		
<b>INGRESOS</b>		
<b>Total de Ingresos</b>	\$	5.294,72
<b>EGRESOS</b>		
Costos de fabricación	\$	3.315,70
Materia Prima	\$	2.655,84
Mano de Obra	\$	529,40
Materia Prima Indirecta	\$	33,60
Costos Indirectos	\$	96,86
Gastos de ventas	\$	809,40
Gastos Generales y de Admin.	\$	612,72
Gastos Financieros	\$	97,93
Amortización CxP	\$	358,72
Depreciación	\$	-
Amortización de gastos dif.	\$	-
<b>Total de Egresos</b>	\$	1.878,78
<b>Utilidad antes de partic. Trab.</b>	\$	100,25

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.5.2 Estados de Pérdida y ganancias

**Tabla 86** *Estados de pérdidas y ganancias proyectadas*

SUSHI OTAVALO ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 20XX						
En dólares americanos						
PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS POR VENTA</b>						
Total de Ingresos	\$ 65.512,32	\$ 67.823,91	\$ 70.217,06	\$ 72.694,65	\$ 75.259,66	
<b>(-) COSTOS DE FABRICACIÓN</b>	<b>\$ 39.261,31</b>	<b>\$ 40.535,19</b>	<b>\$ 41.964,82</b>	<b>\$ 43.444,87</b>	<b>\$ 44.977,11</b>	
Materia Prima	\$ 31.870,04	\$ 32.883,75	\$ 34.044,05	\$ 35.245,29	\$ 36.488,91	
Mano de Obra	\$ 6.352,79	\$ 6.576,41	\$ 6.807,90	\$ 7.047,53	\$ 7.295,61	
Materia Prima Ind.	\$ 403,20	\$ 417,39	\$ 432,08	\$ 447,29	\$ 463,04	
Costos Indirectos	\$ 635,28	\$ 657,64	\$ 680,79	\$ 704,75	\$ 729,56	
<b>(-) GASTOS DE OPERACIÓN</b>						
Gastos de ventas	\$ 9.712,79	\$ 9.738,04	\$ 9.763,36	\$ 9.788,74	\$ 9.814,20	
Gastos Generales y de Admin.	\$ 7.352,69	\$ 7.371,80	\$ 7.390,97	\$ 7.410,19	\$ 7.429,45	
Gastos Financieros	\$ 1.175,20	\$ 753,43	\$ 278,32	\$ -		
Depreciación	\$ 738,26	\$ 738,26	\$ 738,26	\$ 313,30	\$ 313,30	
Amortización de gastos dif.	\$ 103,33	\$ 103,33	\$ 103,33	\$ -	\$ -	
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$ 58.343,58</b>	<b>\$ 59.240,06</b>	<b>\$ 60.239,06</b>	<b>\$ 60.957,10</b>	<b>\$ 62.534,07</b>	
Utilidad antes de partic. Trab.	\$ 7.168,74	\$ 8.583,85	\$ 9.977,99	\$ 11.737,55	\$ 12.725,60	
(-) 15% Participac. Trabajadores	\$ 1.075,31	\$ 1.287,58	\$ 1.496,70	\$ 1.760,63	\$ 1.908,84	
Utilidad antes de impuestos	\$ 6.093,43	\$ 7.296,27	\$ 8.481,30	\$ 9.976,92	\$ 10.816,76	
(-) Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Utilidad después de impuestos</b>	<b>\$ 6.093,43</b>	<b>\$ 7.296,27</b>	<b>\$ 8.481,30</b>	<b>\$ 9.976,92</b>	<b>\$ 10.816,76</b>	

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.6. Flujo de caja proyectado

Para el desarrollo del estado de resultado tomaremos en cuenta el precio de venta y el presupuesto de todos los gastos, cabe recalcar que se presentara e flujo de caja con y sin financiamiento.

**Tabla 87** Flujo de caja proyecta

PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Total de Ingresos		\$ 65.512,32	\$ 67.823,91	\$ 70.217,06	\$ 72.694,65	\$ 75.259,66
<b>EGRESOS</b>						
Costos de fabricación		\$ 39.261,31	\$ 40.535,19	\$ 41.964,82	\$ 43.444,87	\$ 44.977,11
Materia Prima		\$ 31.870,04	\$ 32.883,75	\$ 34.044,05	\$ 35.245,29	\$ 36.488,91
Mano de Obra		\$ 6.352,79	\$ 6.576,41	\$ 6.807,90	\$ 7.047,53	\$ 7.295,61
Materia Prima Ind.		\$ 403,20	\$ 417,39	\$ 432,08	\$ 447,29	\$ 463,04
Costos Indirectos		\$ 635,28	\$ 657,64	\$ 680,79	\$ 704,75	\$ 729,56
Gastos de ventas		\$ 9.712,79	\$ 9.738,04	\$ 9.763,36	\$ 9.788,74	\$ 9.814,20
Gastos Generales y de Admin.		\$ 7.352,69	\$ 7.371,80	\$ 7.390,97	\$ 7.410,19	\$ 7.429,45
Gastos Financieros		\$ 1.175,20	\$ 753,43	\$ 278,32	\$ -	\$ -
Depreciación		\$ 738,26	\$ 738,26	\$ 738,26	\$ 313,30	\$ 313,30
Amortización de gastos dif.		\$ 103,33	\$ 103,33	\$ 103,33	\$ -	\$ -
Total de Egresos		\$ 58.343,58	\$ 59.240,06	\$ 60.239,06	\$ 60.957,10	\$ 62.534,07
Utilidad antes de partic. Trab.		\$ 7.168,74	\$ 8.583,85	\$ 9.977,99	\$ 11.737,55	\$ 12.725,60
(-) 15% Participac. Trabajadores		\$ 1.075,31	\$ 1.287,58	\$ 1.496,70	\$ 1.760,63	\$ 1.908,84
Utilidad antes de impuestos		\$ 6.093,43	\$ 7.296,27	\$ 8.481,30	\$ 9.976,92	\$ 10.816,76
(-) Impuesto a la Renta		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad después de impuestos</b>		<b>\$ 6.093,43</b>	<b>\$ 7.296,27</b>	<b>\$ 8.481,30</b>	<b>\$ 9.976,92</b>	<b>\$ 10.816,76</b>
(+) Depreciación		\$ 738,26	\$ 738,26	\$ 738,26	\$ 313,30	\$ 313,30
(+) Amortización de gastos dif.		\$ 103,33	\$ 103,33	\$ 103,33	\$ -	\$ -
Inversión del proyecto (I.Fija + I.Diferida)	-	4.446				
Valor Residual						\$ 1.294,50
Capital de Trabajo	-	18.393				
Recuperación Capital de Trabajo						\$ 18.392,62
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (sin financiar)</b>	-	<b>22.839</b>	\$ 6.935,02	\$ 8.137,86	\$ 9.322,89	\$ 10.290,22
Préstamo		11.419				
(-) Gastos financieros		\$ 1.175,20	\$ 753,43	\$ 278,32	\$ -	\$ -
(-) Amortización del préstamo		\$ 3.367,06	\$ 3.788,83	\$ 4.262,43	\$ -	\$ -
(+) Efecto en Part. Trabajadores		\$ 176,28	\$ 113,01	\$ 41,75	\$ -	\$ -
(+) Efecto Tributario de intereses		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO (con financiamiento)</b>	-	<b>11.419,31</b>	\$ 2.569,04	\$ 3.708,61	\$ 4.823,88	\$ 30.817,18

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.7 Evaluación económica y financiera

La evaluación económica se ejecutará tomando en cuenta la inversión total, para ello verificaremos si el proyecto es rentable. Se tomara en cuenta para su desarrollo tres aspectos que son: el Valor actual neto, Tasa Interno de Retorno y el Período de recuperación. Por otro lado para concluir se tomará en cuenta los siguientes puntos:

- 1) VAN positivo nos expresa que el en periodo el proyecto es rentable.
- 2) Es importante tomar en cuenta lo siguiente mientras más alejado este la TIR de la tasa de descuento, más atractivo será el proyecto
- 3) Mientras menor es el tiempo de recuperación del proyecto, más aceptable será el proyecto.

**Tabla 88** Datos para la evaluación financiera

Impuesto a la renta	0%
% Crec. PIB 2017 a Dic. 2017	3,26%
% IPP Índice Precios al Productor	0,26%
Costo oportunidad (K propio)	4,98%
Tasa Activa (préstamo)	11,86%
Costo ponderado capital	8,42%
Tasa de descuento	8,70%

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

#### 4.5.7.1 VAN, TIR,

**Tabla 89** *Proyecciones de valor actual*

PERIODOS	0	1	2	3	4	5
Valor actual financiero	- 11.419	2.363	3.139	3.756	7.370	20.305
Valor actual financiero		2.363	3.139	3.756	7.370	20.305

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

<b>VAN Financiero</b>	\$ 25.514
<b>TIR Financiero</b>	47,93%

#### **VAN**

Este indicador financiero es el que permite medir los flujos de efectivo que tendrá la actividad económica, depende de la tasa de descuento que se aplique, en nuestro caso la tasa no es alta por lo que nos genera un resultado aceptable. La inversión inicial del proyecto es de 22.838,62 una vez ejecutado los cálculos tenemos un margen de ganancia. La cantidad que nos aborda es de 25.514 considerada rentable ya que generará utilidad para el emprendimiento y permitirá la recuperación de la inversión inicial.

#### **TIR**

La tasa interna de retorno para el presente proyecto lo hemos desarrollado con el objetivo de establecer la rentabilidad que esta va a abordar cuando ingrese en operaciones. Es así que los resultados son de 49,93% es decir que financieramente es aceptable para la inversión y a futuro se convertirá en una actividad que generara beneficios económicos.



#### 4.5.7.2 Análisis Beneficio-Costo B/C

**Tabla 90** Análisis Beneficio-Costo B/C

ANÁLISIS BENEFICIO COSTO B/C					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	65.512	67.824	70.217	72.695	75.260
<b>VA de Ingresos</b>	\$ 60.267,88	\$ 57.399,56	\$ 54.667,76	\$ 52.065,98	\$ 49.588,02
	1	2	3	4	5
<b>COSTOS</b>	58.344	59.240	60.239	60.957	62.534
<b>VA de Costos</b>	\$ 53.673,01	\$ 50.135,03	\$ 46.899,36	\$ 43.659,21	\$ 41.203,22
<b>RELACIÓN B/C</b>	<b>1,16</b>				

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

Esta herramienta nos ayuda a medir la correlación entre los costos incurridos y los beneficios que obtendrá el emprendimiento, según los expertos financieros manifiestan que es rentable para un proyecto cuando la relación es mayor o igual a una unidad, como podemos evidenciar el presente proyecto aborda una cantidad de 1,16 \$ lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,16cvts adicional.

#### 4.5.7.3 Período de recuperación de la inversión

**Tabla 91** Periodo de la recuperación de la inversión

ANÁLISIS PERÍODO RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN SIN FINANCIAMIENTO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJOS NETOS</b>	2.569	3.709	4.824	10.290	30.817
<b>VALOR ACTUAL</b>	\$ 2.363,38	\$ 3.138,61	\$ 3.755,65	\$ 7.370,15	\$ 20.305,21
<b>RECUPERACIÓN</b>	\$ 2.363,38	\$ 5.501,99	\$ 9.257,65	\$ 16.627,79	\$ 36.933,00

Elaborado por: La autora  
Año: 2018

- ✓ La inversión total del proyecto es de: \$ 22.838,62
- ✓ Para el año 4 se recupera: \$ 16.627,79
- ✓ La diferencia es la cantidad de: 6204,83

Calculo para la recuperación total:

<b>Recuperación</b>	<b>Días</b>
\$ 20.305,21	365
6204,83	111.53

Por tanto:

$$111.53 / 30 = 3,71 \text{ meses}$$

$$3,71 - 3 = 0,71 * 30 = 21,3 \text{ días}$$

Al finalizar el cálculo podemos evidenciar que la totalidad de nuestro proyecto mismo que fue destinado para adquisición de bienes e insumos con la finalidad de dar un servicio de calidad, lo recuperaremos en 4 años, 3 meses y 21 días.

#### **4.5.7.4 Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio nos permitirá establecer el cantidad de ventas que la empresa precisa vender para cubrir los costos, para que se esta manera el emprendimiento no tenga ni perdidas ni ganancias. Además expertos consideran que es una herramienta financiera óptima para determinar la rentabilidad del negocio.

**Tabla 92 Punto de equilibrio**

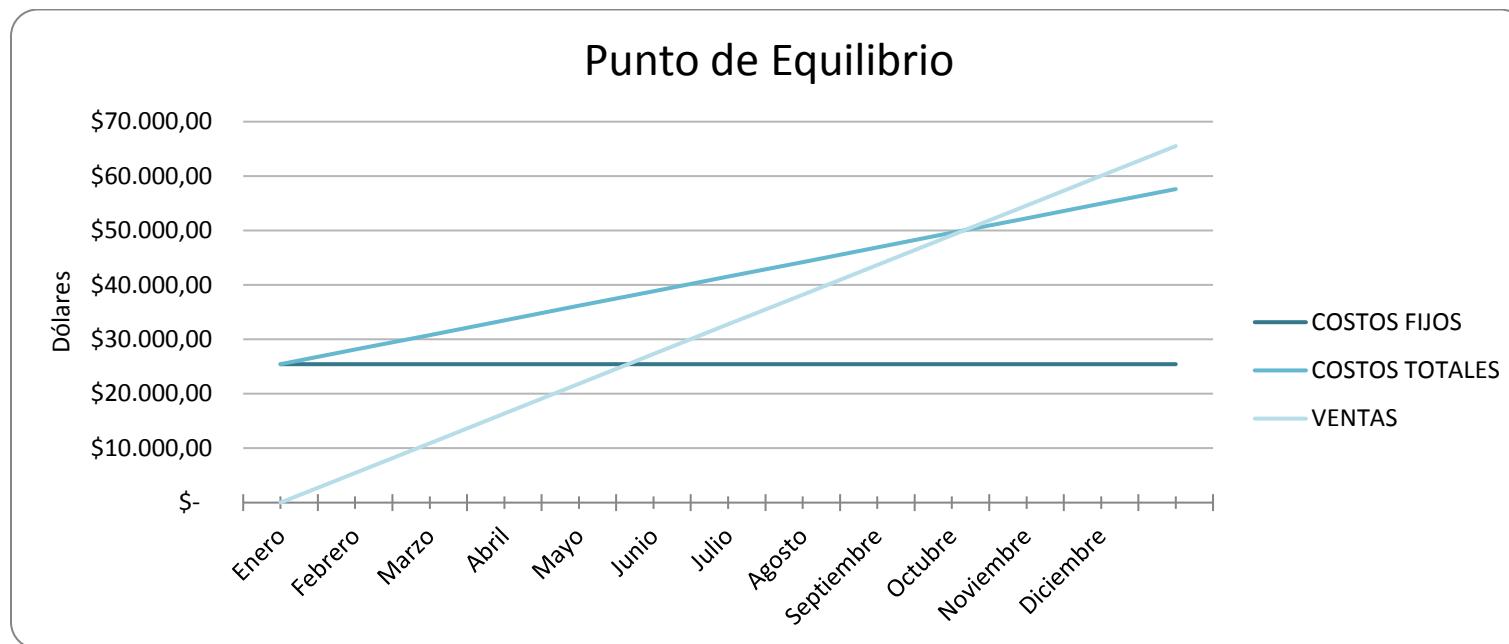
DETALLE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos fijos Totales	\$	25.435,05	\$ 25.281,27	\$ 25.082,14	\$ 24.559,77	\$ 24.852,56
Costo Variable Total	\$	32.908,52	\$ 33.958,79	\$ 35.156,93	\$ 36.397,33	\$ 37.681,51
Total Costos	\$	58.343,58	\$ 59.240,06	\$ 60.239,06	\$ 60.957,10	\$ 62.534,07
Ventas	\$	65.512,32	\$ 67.823,91	\$ 70.217,06	\$ 72.694,65	\$ 75.259,66
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$</b>	<b>7.168,74</b>	<b>\$ 8.583,85</b>	<b>\$ 9.977,99</b>	<b>\$ 11.737,55</b>	<b>\$ 12.725,60</b>
Punto de Equilibrio (\$)		51.108	50.632	50.234	49.187	49.773
Punto de Equilibrio (%)		78,0%	74,7%	71,5%	67,7%	66,1%
Punto de Equilibrio (unidades)		2.808	2.775	2.746	2.682	2.707

PERIODOS	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 25.435,05	\$ 25.435,05	\$ 25.435,05	\$ 25.435,05	\$ 25.435,05	\$25.435,05	\$25.435,05	\$ 25.435,05	\$ 25.435,05	\$ 25.435,05	\$25.435,05	\$25.435,05	\$ 25.435,05
<b>COSTOS TOTALES</b>	\$ 25.435,05	\$ 28.177,43	\$ 30.919,81	\$ 33.662,19	\$ 36.404,56	\$39.146,94	\$41.889,32	\$ 44.631,69	\$ 47.374,07	\$ 50.116,45	\$52.858,82	\$55.601,20	\$ 58.343,58
VENTAS	\$ -	\$ 5.459,36	\$ 10.918,72	\$ 16.378,08	\$ 21.837,44	\$27.296,80	\$32.756,16	\$ 38.215,52	\$ 43.674,88	\$ 49.134,24	\$54.593,60	\$60.052,96	\$ 65.512,32

**Elaborado por:** La autora

**Año:** 2018

**Figura 25** Punto de equilibrio



Elaborado por: La autora  
 Año: 2018

#### 4.5.8 Análisis de sensibilidad y riesgos

El análisis de sensibilidad es primordial en la presentación de nuevos proyectos. En la siguiente tabla se presentan las siguientes variaciones mismas que son resultados de los cambios de las variables y las posibles reacciones que pueden suscitarse. He propuesto 4 escenarios para la inversión de las cuales nos abordaron los siguientes datos que nos abordan en el primer un resultado pesimista con el 10% menos en el precio de venta, en el segundo y tercer escenario con un volumen de producción del 80% y venta de 400 platillos mensuales se considera un escenario optimista ya que refleja una posibilidad de que se logre más de los esperado y por ultimo con una

inversión propia del 60% se puede manifestar que es un escenario probable que no está muy lejano a la información que hemos propuesto..

**Tabla 93** *Análisis de sensibilidad*

ESCENARIOS:	SIN CAMBIOS	ESCENARIO 1	ESCENARIO 2	ESCENARIO 3	ESCENARIO 4
		CON UN 10% MENOS EN EL PRECIO DE VENTA	CON UN VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DEL 80%	CON LA VENTA DE 400 PLATOS MENSUALES	CON INVERSIÓN PROPIA DEL 60%
VAN Financiero	25.514	2.225	103.144	61.176	24.204
TIR Financiero	47,93%	11,87%	194,71%	111,96%	40,54%
BENEFICIO COSTO	1,16	1,05	1,55	1,34	1,16
PERIODO DE RECUPERACIÓN	4 años 3 meses y 29 días	5 años, 11 meses y 26 días	1 año, 2 meses y 3 días	2 años, 3 meses y 27 días	4 años, 3 meses y 13 días.

**Elaborado por:** La autora  
**Año:** 2018

## CONCLUSIONES

Para concluir ha sido necesario la ejecución de una investigación profunda con relación a todos los aspectos que intervienen la creación de un local de Sushi mismos que nos ha permitido concluir en lo siguiente:

- La ejecución del diagnóstico situacional ha permitido determinar los factores y condiciones que ofrece la ciudad de Otavalo en la Provincia de Imbabura con relación al creación de nuevas unidades productivas, misma que abordado un aspecto positivo debido a que la ciudad presenta condiciones óptimas para emprender en el sector gastronómico debido a que es una zona turística.
- El desarrollo del marco teórico fue crucial para el desenvolvimiento del proyecto debido a que se adquirió información referente al servicio y sobre el plan de negocio de esta manera ha permitido tener una mayor comprensión acerca de la creación del servicio.
- La ejecución del estudio de mercado facilitó la identificación la oferta, demanda, proveedores y la competencia actual de la ciudad de Otavalo, de la misma forma se puede evidenciar la existencia de una demanda insatisfecha. Cabe recalcar que la ciudad de Otavalo posee una amplia oferta gastronómica distribuida por todo el centro de la ciudad más sin embargo no ofertan sushi.
- La elaboración de un plan de negocio nos permite identificar desde el inicio los gastos y costos al que nos enfrentaremos esta herramienta nos ayudará a ver cuánto debemos tener en ingresos para llegar al punto de equilibrio y por ende el negocio comience a generar utilidades. Es indispensable la elaboración de un plan de negocio puesto que es un

documento indispensable en el caso de que sea necesario un financiamiento para iniciar a operar en el mercado.

## RECOMENDACIONES

- Una vez analizado las condiciones que ofrece la ciudad de Otavalo mismo que han sido positivas se recomienda “CREAR UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA” puesto que las características son viables, confiables y rentables en cada una de las etapas propuestas
- Se recomienda que las instituciones públicas proporcionen información ya que tiene netamente fines académicos, debido a la experiencia propia la información acerca de datos actuales de la ciudad de Otavalo fue casi nula, misma que pudo ocasionar una distorsión en el desarrollo del proyecto.
- Se sugiere la recolección de información necesaria relacionados con el tema de esta manera tendrá mayor conocimiento para poder sustentar la idea del negocio.
- Aprovechar la demanda insatisfecha existente en la ciudad de Otavalo para lo cual es necesario ejecutar un buen plan de marketing que ayude a promocionar la idea del negocio y el servicio que se pretende brindar.
- Realizar un estudio de mercado en un tiempo determinado de manera que permita conocer las nuevas tendencias, gustos y preferencias para lograr llegar al cliente de una manera más personalizada y de esta manera permita alcanzar eficazmente los objetivos de fidelización y participación en el mercado.
- Mantenerse informado sobre los constantes cambios que puedan repercutir al negocio en aspectos tanto del macro como del micro entorno. Es indispensable también señalar que el diseño organizacional debe ser lo suficiente flexible para aceptar cambios y responder a él, poseer habilidad que le permita competir en cualquier ambiente.



## REFERENCIAS

- Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021. (2017). *SEMPLADES*. Recuperado el 2017, de SEMPLADES: <http://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura. (2015). *Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal Otavalo*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal Otavalo: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001\\_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO\\_15-03-2015\\_19-55-15.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO_15-03-2015_19-55-15.pdf)
- Agencia Nacional de Regulación y Vigilancia Sanitaria . (2018). *Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Asamblea Nacional del Ecuador . (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Recuperado el Agosto de 2017, de Constitución de la República del Ecuador : [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.PDF](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.PDF)
- BanEcuador. (2017). Obtenido de Credito a Emprendedores: <https://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiar/credito-emprendimientos/>
- Barber, K. (2004). *La cocina Japonesa*. Barcelona: BLUME.
- Barrera, D. D. (2016). *La Hora*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1101869359/los-buenos-hc3a1bitos-alimenticios>
- Cariola, O. (2009). *Marketing: plan para emprendedores*. Bueno Aire: Nobuko.
- Cevallos, M. (2011). *Alcandía del Municipio de Otavalo* . Recuperado el 03 de Julio de 2017, de [http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/wp-content/uploads/2013/08/PLAN\\_DOT-.pdf](http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/wp-content/uploads/2013/08/PLAN_DOT-.pdf)
- Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión. (2013). *Asamblea Nacional del Ecuador*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Asamblea Nacional del Ecuador: [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION,%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES,%20COPCI\[2\].pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION,%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES,%20COPCI[2].pdf)
- Código Orgánico organización Territorial Autonomía Descentralización. (2010). *Asamblea Nacional del Ecuador* . Recuperado el Noviembre de 2017, de Asamblea Nacional del Ecuador : [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf)
- Colin, J. (2008). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Cuerpo de Bomberos de Otavalo . (2018). *Permisos*. Obtenido de <http://www.bomberosotavalo.gob.ec/servicios/>
- Delgado, G. F. (2011). *Cocina Española e Internacional*. España: IC Editorial.
- Fernandez, Mayagoitia, & Quinteros. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Instituto Politecnico Nacional.
- GAD Municipal de Otavalo. (2018). *Patente Municipal*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/>

- Gad. Municipal del Canton de Otavalo. (2016). *Gad. Municipal del Canton de Otavalo*. Recuperado el 13 de Julio de 2017, de [http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/?page\\_id=38](http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/?page_id=38)
- Gallardo, M. V. (13 de Noviembre de 2017). Marco Legal para el cambio de a Matriz Productiva. (I. Livia, Entrevistador)
- Gitman, L. (2010). *Administración Financiera*. México: Pearson.
- Gonzales, M. (2014). *Ingeniería de Proyectos*. Dextra.
- Guerrero, P. (2014). *Introducción al Turismo*. Mexico: Patria.
- Herrera, A. (Julio de 2014). *Respositorio Digital Universidad Técnica del Norte*. Recuperado el 03 de Julio de 2017, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/4016/1/02%20ICO%20447%20TESIS.pdf>
- Ichi, J. (2008). *Comida Japonesa*. España: Editorial .
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). (2018). *Inscripción de afiliación*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/afiliado/inscripcion-de-afiliacion>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2018). *Aviso de Entrada y Salida*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/avisos-de-entrada-y-salida>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2010). *INEC*. Recuperado el Noviembre de 2017, de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Izaguirre, M. (2014). *Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros*. Bogotá: Ecoe.
- Jacob, D. (30 de Septiembre de 2011). Naturaleza de Negocio. México.
- Julian, P., & Ana, G. (2014). *Definición. de*. Obtenido de Definición. de
- Kimiko, B. (2004). *La Cocina Japonesa*. Barcelona : BLUME.
- Ley de Economía Popular y Solidaria . (2011). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Economia%CC%81a%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>
- Ley Orgánico de Defensa del Consumidor . (2011). *Asamblea Nacional de Ecuador*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Asamblea Nacional de Ecuador: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Marketing Publishing. (1994). Presupuestos. En *El plan de negocios* (págs. 208-209). Mexico : Diaz de Santos.
- Marketing, Publishing. (1990). *El marketing mix: concepto, estrategia y aplicaciones*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3175227>
- Marketing, Publishing. (1994). Plan de Acción. En *El Plan de Negocios* (pág. 190). Mexico: Diaz Santos.
- Marketing, Publishing. (1994). Plan de Acción. En *El Plan de Negocios* (pág. 190). Mexico: Diaz Santos.

- Martinez C., R. (2008). *La cocina japonesa*. Barcelona: BLUME.
- NIIF´S. (2010). *Las NIIF´S*. Obtenido de Las NIIF´S:  
<http://www.acuriosociados.com/servicios/actualizacion-ycontrol-del-activo-fijo-segun-niif.html>
- Ordenanza de evaluación de impacto ambiental para la industria, el comercio, transporte, obra civil, telecomunicaciones, de servicio, entre otras actividades productivas. . (2011). *Gobierno Descentralizado Autonomo Municipal Otavalo*. Recuperado el Noviembre de 2017, de Gobierno Descentralizado Autonomo Municipal Otavalo: <http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/wp-content/uploads/2014/02/B-ORDENANZA-AMBIENTAL-R.O..pdf>
- Parkin, M. (2009). *Economía*. México: Pearson Education.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo . (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo*. Recuperado el Agosto de 2017, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL\\_DEL\\_PDOT\\_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION\\_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO\\_PDOT/PDOT-Oavalo.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO_PDOT/PDOT-Oavalo.pdf)
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento. Conceptos y plan de negocios*. México: Pearson Educación.
- Publishing, M. (1994). *El plan de negocios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Requisitos - SRI . (2018). *Requisitos para la Inscripción de Sociedades del Sector Privado*. Obtenido de [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwizuoKRnN\\_YAhXJJt8KHUh1D6gQFggmMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.sri.gob.ec%2FDocumentosAlfrescoPortlet%2Fdescargar%2Fc87dc576-b85f-4339-94a1-ee97af06b5ee%2FREQUISITOS%2BIN](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwizuoKRnN_YAhXJJt8KHUh1D6gQFggmMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.sri.gob.ec%2FDocumentosAlfrescoPortlet%2Fdescargar%2Fc87dc576-b85f-4339-94a1-ee97af06b5ee%2FREQUISITOS%2BIN)
- Servicio de Rentas Internas. (19 de Diciembre de 2013). *Resolución No. NAC-DGERCGC13-00880*. Obtenido de <http://descargas.sri.gob.ec/download/anexos/rdep/2013/NAC-DGERCGC13-00880.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *SRI* . Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/iva>
- Silk, L. (1978). *Economía al alcance de todos*. Ne York: EL ATENEO.
- Silk, L. (1978). *Economía al alcance de todos*. Bueno Aires: EL ATENEO.
- Sutherland, D. (2010). *Servicio de Restaurantería. Manejo eficiente de los elementos para el servicio profesional de comidas*. México: Editorial Trillas.
- Torres, A. (2015). *Plan de negocios para la implementación de un Sushi Bar Delivery en la ciudad de Quito*. Recuperado el 19 de Junio de 2017, de <http://190.95.226.74/bitstream/45000/151/1/TESIS%20WORD2.pdf>
- Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (221 ed.). México: Mc Graw Hill.
- Urwin, S. (2016). *Ecuador Explorer.com*. Recuperado el 25 de Junio de 2017, de Otavalo, la ciudad con el mercado indígena más famoso del mundo: <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-ciudad-de-otavalo.html>
- Vargas, L. (2010). *Entrepreneur*. Obtenido de Los tipos de Plan de Negocio: <https://www.entrepreneur.com/article/263540>



## **ANEXOS 1 ENTREVISTA**



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENTREVISTA DIRIGIDA A CLIENTES PARA TENDENCIA DE SUSTITUIR**

#### **ENTREVISTA**

**Nombre de Entrevistado:** Ing. Verónica Gallardo

**Cargo:** Asambleísta provincial por Alianza País

**TEMA:** NORMATIVA LEGAL PARA LA CREACIÓN DE NUEVAS UNIDADES  
PRODUCTIVAS

- 1) ¿La constitución ampara la creación de nuevas unidades productivas?
- 2) ¿Qué tipos de beneficios tienen las pequeñas unidades productivas pertenecientes a las economías populares?
- 3) ¿Qué tipo de estrategias han implantado a nivel nacional para fomentar el emprendimiento juvenil?
- 4) ¿Se ha tomado en cuenta los emprendimientos en el desarrollo de la matriz productiva?
- 5) ¿Qué tipo de actividades han desarrollado en conjunto con la población para fomentar el emprendimiento?
- 6) ¿El sector público brindan apoyo económico a los emprendimientos? ¿De qué forma o través de que instituciones?
- 7) ¿Usted piensa que las MIPYMES pueden convertirse entes generadas de la economía del país?

## ANEXO 2

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

#### FICHA DE OBSERVACIÓN

<b>FECHA:</b>	Jueves, 15 de Diciembre de 2017
<b>FICHA N°:</b>	1 Visita a la competencia-Suiton Sushi
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ciudad de Ibarra
<b>TIEMPO</b>	14:00 pm a 15:00 pm
<b>ACTIVIDADES OBSERVADAS</b>	<p>1) en la ciudad de Otavalo no existe un lugar que ofrezca sushi.</p> <p>2) Ubicación: Suiton Sushi se encuentra ubicado en las calles Olmedo 221 y Rafael Troya, de la ciudad de Ibarra</p> <p>2) Horarios de Atención de: martes a sábados de 17:00 a 22:00pm y los domingos bajo pedido.</p> <p>3) Capacidad: La capacidad de Suiton Sushi es para 35 personas</p> <p>4) Precios de los principales platos de Suiton Sushi</p> <p>Rollos frio y calientes: de 5 piezas a 7,75, de 10 piezas 11,95</p> <p>Sashimi: una pieza 5,95</p> <p>Temakis 2 pieza 6,95</p> <p>Combinaciones especiales desde 17,70 a 38,90</p>
<b>Palabras Claves:</b>	Precios
<b>Elaborado por:</b>	Inlago Livia

## ANEXO 3

### ENTREVISTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENTREVISTA

DIRIGIDA A CLIENTES PARA TENDENCIA DE SUSTITUIR

### ENTREVISTA 1

**Nombre del entrevistado:** De la Cruz Cristian

**Ocupación:** Militar

**CI:** 1723259428

**Edad:** 23

#### Pregunta 1

**¿Usted al momento de buscar comida, acude algún lugar específicamente? ¿Cuál es motivo?**

La mayoría de veces que salimos en busca de comida visito la Taberna porque se encuentra en el centro de la ciudad, tiene platos variados la mayoría de platos son comida rápida, inclusive puedes adquirir bebidas alcohólicas. Es un restaurante con un excelente servicio y sus instalaciones son muy cómodas.

#### Pregunta 2

**¿El lugar que usted frecuenta como considera su servicio?**

Muy bueno ( )      Bueno ( x )      Regular ( )      Malo( )

## ENTREVISTA 2

**Nombre del entrevistado:** Juliza Herrera

**Ocupación:** Abogada

**CI:**

**Edad:** 25

Pregunta 1

**¿Usted al momento de buscar comida, acude algún lugar específicamente? ¿Cuál es motivo?**

Frecuentemente visito restaurantes que ofrezcan comida tradicional y en Otavalo existe algunos restaurantes pero creo que he visitado varias veces Restaurante SISA, las razones por las que visito es que sus instalaciones al estilo autóctono, tiene un menú variado y de vez en cuando hay presentación de grupos tradicionales.

**¿El lugar que usted frecuenta como considera su servicio?**

Muy bueno ( )      Bueno( x )      Regular( )      Malo( )

## ENTREVISTA 3

**Nombre del entrevistado:** Nelly Pineda

**Ocupación:** Agente de Créditos

**CI:** xxx

**Edad:** 25

Pregunta 1

**¿Usted al momento de buscar comida, acude algún lugar específicamente? ¿Cuál es motivo?**

Bueno a mí me gusta mucho la comida costeña los mariscos, he visitado varias veces la Cevichera el Mariscal porque tiene una amplia instalación, la preparación de los platos son exquisitos y es evidente que tiene una buena higiene.

**¿El lugar que usted frecuenta como considera su servicio?**

Muy bueno ( )      Bueno( x )      Regular ( )      Malo( )



## ENTREVISTA 4

**Nombre del entrevistado:** Diana Inlago

**Ocupación:** Abogada

**CI:** 100404613

**Edad:** 25

### Pregunta 1

**¿Usted al momento de buscar comida, acude algún lugar específicamente? ¿Cuál es motivo?**

Unos de los principales restaurantes que he visitado en la ciudad de Otavalo es La Taberna, pienso que es un lugar acoger el servicio es muy bueno es un lugar agradable para compartir con amigos, con la familia y con la pareja. Además los precios de los platos son accesibles.

### Pregunta 2

**¿El lugar que usted frecuenta como considera su servicio?**

Muy bueno ( )      Bueno( x )      Regular( )      Mala( )

## ENTREVISTA 5

**Nombre del entrevistado:** Carolina Martínez

**Ocupación:** Licenciada en administración

**CI:** xxxxxx

**Edad:** 35

**Nacionalidad:** Mexicana

### Pregunta 1

**¿Usted al momento de buscar comida, acude algún lugar específicamente? ¿Cuál es motivo?**

Bueno no conozco mucho la ciudad, pero es muy hermosa unos amigos que ya visitaron la ciudad nos recomendaron consumir la comida tradicional de acá y estamos buscando un lugar agradable pero hay mucho lugares como mucha comida muy diferente al que tiene mi país.

### Pregunta 2

**¿El lugar que usted frecuenta como considera su servicio?**

Muy bueno ( )      Bueno ( )      Regular ( )      Malo ( ) sin respuesta

## ANEXO 4

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

#### FICHA DE OBSERVACIÓN

<b>FECHA:</b>	30 de diciembre					
<b>FICHA N°:</b>	2					
<b>DIRECCIÓN:</b>	Centro de Otavalo					
<b>TIEMPO</b>	17:00pm a 19:00pm					
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Disposición de Tecnología de la competencia					
<b>ACTIVIDADES OBSERVADAS</b>	<b>Local</b>	<b>Servicio de internet</b>	<b>Televisión</b>	<b>Dispensadores de bebida</b>	<b>Caja Registradora</b>	<b>Equipamiento sanitario</b>
	La Taberna	x	x	x	x	
	Restaurante SISA	x	x		x	x
	Pizzería Donnys		x	x	x	
	Chifa Bei Yuan		x	x	x	x
	Las parrilladas del Tío Jessy	x	x	x	x	x
	El Indio	x	x	x	x	x
	Salinerito	x	x	x	x	x
	Asadero el Pollazo		x	x	x	
	Restaurante Buena Vista	x	x	x	x	X
	La tablita de tártaro	x	x	x	x	x
	<b>Elaborado por:</b>	Inlago Livia				

## ANEXO 5

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



#### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

#### FICHA DE OBSERVACIÓN

<b>FECHA:</b>	03 de enero		
<b>FICHA N°:</b>	3		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Centro de Otavalo		
<b>TIEMPO</b>	13:00pm a 16:00pm		
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Precio de los Productos sustitutos		
<b>ACTIVIDADES OBSERVADAS</b>		<b>Razón Social</b>	<b>Precio</b>
	1	Restaurante Alice	Desde los 2,50
	2	Mi viejo Café	Desde 1,75
	3	Napolitana	Desde los 3,25
	4	Pizzería Blue Rose	Desde los 2,25
	5	Beto's	Desde los 1,25
	6	Cositas Finas de la Sucre	Desde los 3,00
	7	Carne Asada mi Oficina	Desde los 4.25
	8	Ally Alada	Desde los 2,50
	9	Cevichería el Mariscal	Desde los 2,50
	10	Picantería Mama Luz	Desde los 2,75
	11	La cocina de Alberto	Desde los 2,00
	12	Mexican Food	Desde los 2,25
	13	Rincón de Italia	Desde los 4,25
	14	La casa de don Cangrejo Otavalo	Desde los 2,75
	15	Chinos Snack Bar	Desde los 1,50
	16	Pollo a la Braza	Desde los 2,50
	17	Papi Pollo	-
	18	Poutín	Desde 1,00

	19	San Valentín Pizzas	Desde 1,50
	20	Oscar Pizzería	Desde 1,25
	21	Khalil	Desde 2,75
	22	Camba Huasi	Desde 3,75
	23	Comedor el Decanzo	Desde 2,50
	24	Asadero el Pollazo	Desde los 2,25
	25	Restaurante Pepelú	-
	26	Chifa El Cantón	Desde los 3,25
	27	Comida Manabita 100% Chonera	Desde los 2,50
	28	Mi Descansó	Desde los 2,75
	29	El rey de la Sazón	Desde los 2,75
	30	Buena Vista	Desde los 4,00
	31	Las parrilladas del Grill	Desde los 5,50
	32	La tablita de tártaro	Desde los 4,95
	33	Lemcom Ch´urros	Desde los 4,00
	34	Dony´s Pizza	Desde los 1,50
	35	Restaurante Samary	Desde los 4,00
	36	Chifa Tien Amen	Desde los 3,25
	37	Chifa Bei Yuan	Desde los 3,25
	38	Fritada Lupita	Desde los 1,50
	39	Restaurante Elenita	Desde los 2,50
	40	Arte & Tarot Café Bar	Desde los 1,50
	41	La Fontana di Trevi	Desde los 3,00
	42	La Parrillada del Tío Jessy	Desde los 5,00
	43	Sisa	Desde los 5,00
	44	El Indio	Desde los 6,00
	45	Salinerito	Desde los 3,00
	46	La Taberna	Desde los 4,00
<b>Elaborado por:</b>	<b>Inlago Livia</b>		

**ANEXO 6**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

<b>FECHA:</b>	7 de enero				
<b>FICHA N°:</b>	5				
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ibarra				
<b>TIEMPO</b>	09:00am a 12:00pm				
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Proveedores en la ciudad de Ibarra				
<b>ACTIVIDADES OBSERVADAS</b>	SUPERMAXI	Lugar	Dirección		
				Producto	Precio
				Arroz para sushi 2,26kg	11,03
				Alga nori paquete de 10 u	7,45
				Salmon de 2,270 kg	6,80
				Atún de 2,744	18,48
				Vinagre lt	1,92
				Camarón lb	6,00
				Caviar 50gr	8,00
				Sal de 2,20	0,60
				Azúcar 2,20	1,85
				Queso crema 250 gr	1,61
				Jengibre 125gr	2,90
				Servilletas	0,40
Salsa de soya 150ml	1,61				
		Av. Mariano Acosta 21-47			
<b>Elaborado por:</b>	Inlago Livia				

**ANEXO 7**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

<b>FECHA:</b>	7 de enero												
<b>FICHA N°:</b>	4												
<b>DIRECCIÓN:</b>	Centro de Otavalo												
<b>TIEMPO</b>	09:00am a 12:00pm												
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Proveedores en la ciudad												
<b>ACTIVIDADES OBSERVADAS</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Lugar</th> <th>Producto</th> <th>Precio</th> <th>Dirección</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Mercado 24 de mayo</td> <td>Zanahorias</td> <td>0,10 ctvs. la u</td> <td rowspan="3">Calles García Moreno y 31 de Octubre.</td> </tr> <tr> <td>Pepinillos</td> <td>0,10 ctvs. la u</td> </tr> <tr> <td>Aguacate</td> <td>0,18 ctvs. la u</td> </tr> </tbody> </table>	Lugar	Producto	Precio	Dirección	Mercado 24 de mayo	Zanahorias	0,10 ctvs. la u	Calles García Moreno y 31 de Octubre.	Pepinillos	0,10 ctvs. la u	Aguacate	0,18 ctvs. la u
	Lugar	Producto	Precio	Dirección									
Mercado 24 de mayo	Zanahorias	0,10 ctvs. la u	Calles García Moreno y 31 de Octubre.										
	Pepinillos	0,10 ctvs. la u											
	Aguacate	0,18 ctvs. la u											
<b>Elaborado por:</b>	Inlago Livia												

**ANEXO 8**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

<b>FECHA:</b>	13 de enero																																
<b>FICHA N°:</b>	5																																
<b>DIRECCIÓN:</b>	Centro de Otavalo																																
<b>TIEMPO</b>	09:00am a 12:00pm																																
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Proveedores en la ciudad ALMACENES TIA, Suministro de limpieza																																
<b>ACTIVIDADES OBSERVADAS</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Lugar</th> <th>Producto</th> <th>Precio</th> <th>Dirección</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="13" style="text-align: center;">ALMACENES TIA</td> <td>Papel Higiénico MEGA ROLLO</td> <td>1,95 la u (rollo g)</td> <td rowspan="13" style="text-align: center;">Calle Sucre entre calle Abdón Calderón y calle Juan</td> </tr> <tr> <td>Toalla de mano</td> <td>2,75 (100 u)</td> </tr> <tr> <td>Aguacate</td> <td>0,18 ctvs. la u</td> </tr> <tr> <td>Gel antibacterial para mano de 100ml</td> <td>1,50 la u</td> </tr> <tr> <td>Desinfectante eucalipto de lt</td> <td>5,00</td> </tr> <tr> <td>Jabón líquido de mano 200 ml</td> <td>2,95</td> </tr> <tr> <td>Escobas</td> <td>1,97 la u</td> </tr> <tr> <td>Recolector de basura</td> <td>2,95</td> </tr> <tr> <td>Lava de plato 100 gr</td> <td>2,17 la u</td> </tr> <tr> <td>Esponja lavaplatos</td> <td>0,49 la u</td> </tr> <tr> <td>Trapeador</td> <td>2,15 la u</td> </tr> <tr> <td>Ambiental Floral Flor ex</td> <td>2,87 la u</td> </tr> <tr> <td>Franela de cocina</td> <td>1,45 c/u</td> </tr> </tbody> </table>	Lugar	Producto	Precio	Dirección	ALMACENES TIA	Papel Higiénico MEGA ROLLO	1,95 la u (rollo g)	Calle Sucre entre calle Abdón Calderón y calle Juan	Toalla de mano	2,75 (100 u)	Aguacate	0,18 ctvs. la u	Gel antibacterial para mano de 100ml	1,50 la u	Desinfectante eucalipto de lt	5,00	Jabón líquido de mano 200 ml	2,95	Escobas	1,97 la u	Recolector de basura	2,95	Lava de plato 100 gr	2,17 la u	Esponja lavaplatos	0,49 la u	Trapeador	2,15 la u	Ambiental Floral Flor ex	2,87 la u	Franela de cocina	1,45 c/u
	Lugar	Producto	Precio	Dirección																													
	ALMACENES TIA	Papel Higiénico MEGA ROLLO	1,95 la u (rollo g)	Calle Sucre entre calle Abdón Calderón y calle Juan																													
		Toalla de mano	2,75 (100 u)																														
		Aguacate	0,18 ctvs. la u																														
		Gel antibacterial para mano de 100ml	1,50 la u																														
		Desinfectante eucalipto de lt	5,00																														
		Jabón líquido de mano 200 ml	2,95																														
		Escobas	1,97 la u																														
		Recolector de basura	2,95																														
		Lava de plato 100 gr	2,17 la u																														
		Esponja lavaplatos	0,49 la u																														
		Trapeador	2,15 la u																														
		Ambiental Floral Flor ex	2,87 la u																														
Franela de cocina		1,45 c/u																															
<b>Elaborado por:</b>	Inlago Livia																																

# ENCUESTA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ENCUESTA PARA LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE OTAVALO Y LOS,**  
**TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**

**Objetivo:** Identificar la demanda de Sushi en la Ciudad de Otavalo

**Instrucciones:**

Lea detenidamente las preguntas y marque con una (X) . Toda la información que sea proporcionada será de absoluta discreción.

**Edad:**

**Genero:**

1) **¿Visita restaurantes o lugares de expendió de comidas?**

Siempre  Nunca  De vez en cuando

2) **¿Usted prefiere visitar restaurantes que se encuentran dentro de la ciudad?**

Casi Siempre  De vez en n cuando  Nunca

3) **¿Con que frecuencia visita restaurantes o lugares de expendió de comidas?**

Diariamente  Fines de semana

Solo Feriados  Por lo menos una vez a la semana



**4) ¿Qué tipo de restaurantes frecuenta normalmente?**

- Temáticos
- Platos exóticos
- Comida Tradicional
- Comida Vegetariana
- Comida Rápida

**5) ¿Qué es lo toma en cuenta al momento de consumir alimentos en restaurantes?**

- Calidad del producto  Cantidad del producto
- Precio  Servicios
- Otros

**6) ¿Usted ha consumido Sushi alguna vez?**

- Sí  No

**7) ¿Al momento de consumir Sushi cuales de estos platos es de su preferencia?**

Uramakis	
Niguiris	
Temakis	
Combinaciones especiales	
Otros platos orientales	

8) ¿Le gustaría que en la ciudad de Otavalo se cree un restaurante que ofrezca Sushi?

Me agrada mucho  Me desagrada  Me desagrada mucho

9) ¿En qué horario le gustaría degustar este tipo de comida?

Mañana  Noche   
Tarde  En cualquier horario del día

10) ¿Con que frecuencia visitaría nuestro local y hacer uso de nuestro servicio?

Cada semana	<input type="checkbox"/>
Una vez al mes	<input type="checkbox"/>
Trimestralmente	<input type="checkbox"/>
Una vez al año	<input type="checkbox"/>

11) ¿Cómo le gustaría que sea la presentación del platillo?

Estilo tradicional  Estilo Oriental

12) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este tipo de plato?

6 a 8 dólares   
8 a 10 dólares  10 a 12 dólares

13) ¿Por qué medio le gustaría recibir información del producto?

Redes Sociales	<input type="checkbox"/>
Radio-Televisión	<input type="checkbox"/>
Correo electrónico	<input type="checkbox"/>
Vallas Publicitarias	<input type="checkbox"/>

14) ¿Entre las siguientes opciones que eslogan es de su agrado?

“Te esperamos a la salida de tu zona de confort”	
"Buena comida+ Buena compañía= Momentos grandiosos"	
“Come rico, come saludable”	

**15) ¿Entre el siguiente nombre cual le resulta más fácil pronunciar y comprender?**

Hoshi Sushi	
Sushi Otavalo	
I&C Sushi	
SushiDO	

¡Muchas gracias por su colaboración!

# DOCUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL



GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO  
MUNICIPAL DE OTAVALO

## DIRECCIÓN PLANIFICACION T10

### INFORME DE USO DEL SUELO

#### Requisitos:

1	SOLICITUD DIRIGIDA AL DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN CON 1 TIMBRE	/
2	COPIA DEL PAGO DEL IMPUESTO PREDIAL DEL AÑO EN CURSO	/
3	COPIA DE ESCRITURA DEBIDAMENTE REGISTRADA EN EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD O CONTRATO DE ARRENDAMIENTO	/
4	CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO ACTUALIZADO, DEL SOLICITANTE	✓
5	COPIA DE LA CÉDULA Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN DEL SOLICITANTE	✓
6	CROQUIS DE LA DISTRIBUCIÓN DEL MOBILIARIO Y MAQUINARIA DENTRO DEL LOCAL	

NOTA 1. EN CASO DE ESTABLECIMIENTOS CON MAYOR CONCENTRACIÓN DE PERSONAS, DEBERÁ DETALLAR EN EL CROQUIS ADICIONALMENTE EL AFORO (CAPACIDAD OCUPACIONAL) Y SEÑALAR PRINCIPALES ACCESOS Y SALIDAS DE EMERGENCIA.

NOTA 2. COORDINAR INSPECCIÓN

Tiempo de  
Obtención del  
Resultado:

10 DIAS LABORABLES





GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO  
MUNICIPAL DE OTAVALO

**SOLICITUD DE INFORME DE USO DE SUELO (T10)**  
DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y PROYECTOS

Otavaló, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201

Arquitecto  
Pedro Manuel Ramírez  
DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN (S)  
Presente.-

Por medio del presente, solicito muy comedidamente la emisión del Informe de Uso de Suelo para la actividad correspondiente de acuerdo a los siguientes datos:

**TIPO DE ACTIVIDAD:**

Nombre de la actividad (opcional): \_\_\_\_\_

Nombre del propietario de la actividad: \_\_\_\_\_

Cédula o RUC: \_\_\_\_\_

Dirección de la actividad: \_\_\_\_\_

Sector: \_\_\_\_\_

Clave Catastral (local): \_\_\_\_\_

**SÓLO PARA LOCALES CLAUSURADOS**

<b>LOCAL CLAUSURADO:</b>	SÍ (____)	NO (____)
*Posee una puerta secundaria para el ingreso al local	SÍ (____)	NO (____)
*Para casos de locales clausurados y que no cuenten con un segundo acceso para el local, los horarios de inspección se coordinarán con la Dirección de Planificación y la Policía Municipal.		

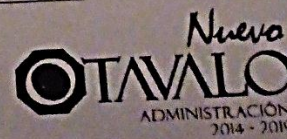
Confirmando que tengo conocimiento de los requerimientos básicos que deben cumplirse de acuerdo a la actividad solicitada.

Atentamente,

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Dirección: García Moreno # 503 / Telf: 06 2 920 - 460 / 06 2 924 - 566  
Fax: 06 2 920 - 404 / www.otavalo.gob.ec  
OTAVALO - ECUADOR



GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO

**CONSIDERACIONES IMPORTANTES QUE SE DEBEN TOMARSE EN CUENTA PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE USO DE SUELO**

***ACTIVIDADES Y SERVICIOS EN GENERAL***

1. Pared , piso y techo en buen estado
2. Baterías sanitarias con sus insumos
3. Instalaciones eléctricas con: Canaletas o manguera de protección
4. Instalaciones hidrosanitarias en buen estado
5. Iluminación y ventilación natural
6. Ventilación mecánica, según se requiera será: extractor de olores o ventiladores
7. Señalética: números de emergencia (ECU 911), extintor, botiquín, baño, salida, capacidad del lugar
8. Extintor contra incendios: Más de uno en el caso de locales con mayor número de ambientes.
9. Detector de humo: Más de uno en el caso de locales con mayor número de ambientes.
10. Botiquín de primeros auxilios con insumos
11. Detector de gas: En áreas que cuenten con cilindros de gas
12. Ropa y equipo de seguridad
13. Orden y limpieza del local
14. Tachos de basura (separación de desechos)
15. Equipos de protección y conservación de alimentos: Refrigeradoras, congeladores, vitrinas, etc.
16. Croquis de ubicación del local: Calle principal y referencias del lugar

**TALENTO HUMANO DE SUSHI OTAVALO**  
**HOJA DE VIDA -GERENTE**



<b>HOJA DE VIDA</b>
---------------------

**1. DATOS PERSONALES**

<b>Cédula de identidad:</b>	172657991-3
<b>Apellidos y nombres:</b>	INLAGO CABASCANGO ELIZETH LIVIA
<b>Fecha de nacimiento:</b>	1994-06-11
<b>Provincia/ Ciudad</b>	Provincia Pichincha, Cantón Pedro Moncayo
<b>Dirección:</b>	Parroquia Tupigachi
<b>Teléfono (s):</b>	0968179467-0984379942
<b>Correo electrónico:</b>	<a href="mailto:elizethinlagoc@gmail.com">elizethinlagoc@gmail.com</a>
<b>Estado civil:</b>	Soltera

**2. INSTRUCCIÓN**

Nivel de instrucción	Institución	Años o Semestres	Título obtenido
PRIMARIA	UNIDAD EDUCATIVA CARDENAL BERNARDINO ECHEVERRIA	6 AÑOS	PRIMARIA

**3. INSTRUCCIÓN SECUNDARIA**

Nivel de instrucción	Institución	Años o Semestres	Título obtenido
----------------------	-------------	------------------	-----------------

SECUNDARIA	INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "REPÚBLICA DEL ECUADOR"	6 AÑOS	CONTADOR BACHILLER EN CIENCIAS DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN

#### 4. INSTRUCCIÓN SUPERIOR

Nivel de instrucción	Institución	Área de Conocimiento	Título a Obtener
SUPERIOR	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA	EGRESADA DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

#### 3. TRAYECTORIA LABORAL (EXPERIENCIA LABORAL)

Desde	Hasta	Institución	Puesto	Responsabilidades o Actividades
02/05/2012	13/06/2012	ÁREA DE SALUD N° 13 HOSPITAL RAÚL MALDONADO MEJÍA	PRÁCTICAS	ARCHIVO, REALIZAR OFICIOS, ACTAS, MANEJO DEL SISTEMA ESIGEF



01/02/2017	12/04/2017	UNIVERSIDAD TÈCNICA DEL NORTE	PRÀCTICAS PRE PROFESIONALES	-ARQUEO DE CAJA -CONCILIACIONES BANCARIAS -CONSTATAIONES FÌSICAS -ARCHIVO -ANÀLISIS A CUENTAS POR COBRAR DE LA CAJA DE AHORRO Y CRÈDITO DE LA ASOCIACIÒN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES UTN. -INFORMACIÒN
10/09/2016	14/04/2017	GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE SAN MIGUEL DE IBARRA	VINCULACIÒN CON LA COLECTIVIDAD	-CAPACITACIÒN A LAS MIPYMES Y GOBIERNOS AUTONÓMOS PARROQUIALES RURRALES DE IMBABURA.
01/12/2017	A presente Fecha	ELEVAL CIA. LTDA	ASITENTE CONTABLE	-ELABORACIÒN DE DECLARACIONES IVA, RENTA,ETC -FACTURACIÒN -MANEJO DEL SISTEMA CONTABLE MQR -REGISTRO DE ASIENTOS CONTABLES -ELABORACIÒN DE ROLES -MANEJO DE PÀGINA IESS -COMPRAS PÙBLICAS

#### 4. CAPACITACIÒN ESPECÌFICA

Instituciòn	Días	Horas	Nombre del evento	Tipo de evento	Àrea de estudio
DIRECCIÒN PROVINCIAL DE PICHINCHA	2	16	CONFORMACIÒN Y MANEJO DE	CURSO	CONTABILIDAD

			CAJAS AHORRO Y CRÈDITO		
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	20	80	PROGRAMA DE EDUCACIÒN Y CAPACITACIÒN TRIBUTARIA	CURSO	TRIBUTACIÒN
SECRETARIA TÈCNICA DE COOPERACIÒN INTERNACIONAL	3	30	ENCUENTRO NACIONAL DE "JOVENES COOPERANDO"	CURSO	LIDERAZGO
TRIBUNAL CONTENCIOSO ELECTORAL	1	8	TALLERES DE TRABAJO CON LA COMUNIDAD " LOS JOVENES Y EL DERECHO ELECTORAL"	CURSO	DERECHO
MINISTERIO DE INCLUSIÒN SOCIAL Y GAD MUNICIPAL DE PEDRO MONCAYO	2	16	TALLERES DE "MONITORES DE COLONIAS VACACIONALES "	CURSO	LIDERAZGO
MINISTERIO DE SALUD PÙBLICA DEL ECUADOR, UNIVERISDAD IKIAM	2	20	"I CUMBRE DE MEDICINA ANCENTRALES Y ESPIRITUALIDA DE INTERCULTURA LIDAD"	CUMBR E	MEDICINA ANCESTRAL
BANCO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL - GOBIERNO AUTÒNOMO	1	8	"EDUCACIÒN FINANCIERA PARA	CHARL A	EDUACACIÒN FINANCIERA

DESCENTRALIZADO DE SAN MIGUEL DE IBARRA			MICROEMPRESA ”		
CENTER FOR HUMAN RIGHTS AND DEMOCTAZY- PEOPLE IN NEDD	4	40	“FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS CON ENFOQUE SOCIAL Y AMBIENTAL”	SEMINARIO	PROYECTOS DE INVERSIÓN

## 5. REFERENCIAS PERSONALES

NOMBRES	TELÉFONO	DIGNIDAD
MSC. SEGUNDO INLAGO	0993200424	DIRIGENTE NACIONAL DE LA CONFEDERACIÓN NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS INDIGENAS Y NEGRAS (FENOCIN)
ING. BETHY CHÁVEZ	(06) 2997- 800 Ext. 7701 0997419632	PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE EMPLEADOS Y TRABAJADORES UTN
SR. SANTOS VILLAMAR	(02) 2228-191 0991082179	PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS, INDÍGENAS Y NEGRAS (FENOCIN)
LIC. MARÍA PIRES	0990515950	SECRETARIA DEL DISTRITO DE SALUD 17D-10 CAYAMBE- PEDRO MONCAYO

INLAGO CABASCANGO ELIZETH LIVIA

CI: 172657991-3

## HOJA DE VIDA- CHEF

**Nombre:** Jessica Johanna Castillo Cuasatar

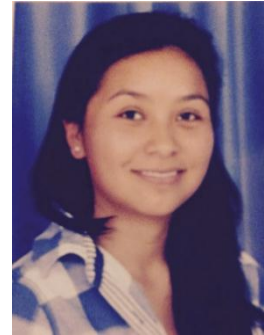
**Edad:** 26 Años

**Dirección:** Ibarra

**Estado Civil:** Soltera

**Teléfono:** 0997940861

**E- mail:** jjcastillo@utn.edu.ec



### HABILIDADES

- Trabajo bajo presión, puntual, responsable y organizada.
  - Relación con los comensales.
  - **Programas Manejados:** Excel. PowerPoint. Word.
- Español: Natal  
Inglés: Medio  
Francés: Medio

### ESTUDIOS

**2010/ Tabacundo - Ecuador**

Título: Bachillerato; Técnico en Agronomía

Institución: Colegio Mixto Nacional "Tabacundo"

**2016/ Ibarra – Ecuador**

Título: Licenciatura en Gastronomía

Institución: Universidad "Técnica del Norte"

### EXPERENCIA LABORAL

De 15 de Julio a 24 de Agosto del 2011/ Ibarra – Ecuador: **HOTEL TURISMO INTERNACIONAL**

Cargo Ocupado: Ayudante Cocina

De 22 de Enero a 22 de Marzo del 2013/ Salinas, Ibarra – Ecuador: **FUNDACIÓN FORTALECIMIENTO**

**ORGANIZATIVO "SEBRANDO NUESTRO FUTURO"**

Cargo Ocupado: Ayudante Catering y Hospitalidad.

De 1 de Agosto a 1 de Septiembre del 2014 Cayambe – Ecuador: **DADDO'S NET CAFETERÍA**

Cargo Ocupado: Servicio

De 5 de Enero, 2015 a 28 de Febrero del 2018 Guachalá – Ecuador: **RESTAURANTE Balcón 2 Hemisferios**


Cargo Ocupado: Cocinero Poli - funcional



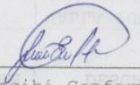
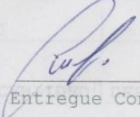


**PROFORMA 3**

**PROVEEDOR -ONVIA**

 <b>DISEÑO Y PUBLICIDAD 3D</b> <small>RUC: 300234210001                      CRI: Bolívar y Guano, Tiro #1 Colono República, Barrios San Sebastián                      TEL: (04) 2 938 030 / 0991638969                      OTAVALO-ECUADOR</small>					
CLIENTE: INLAGO ELIZETH			<b>PROFORMA</b>		
RUC: 172657991-3			<b>0000-000-567</b>		
FECHA: 09 de enero 2018			TELF: 0968179467		
ATENCIÓN: Carmen Rosero			Dirección: Tabacundo		
ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DESCUENTO	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	VALLA PUBLICITARIA (3M-3Med)	1	-	18,75	18,75
2	Creación spot-MOV publicitario	1	-	35,00	35,00
3	Diseño de afiche	1	-	9,50	9,50
4	Rotulo 3D con iluminación	1	-	45,00	45,00
5	Diseño de página web	1	-	22,00	22,00
SUBTOTAL					120,75
DESCUENTO					
TARIFA 0%					
TARIFA 12%					14,49
<b>TOTAL</b>					<b>135,24</b>

 Recibi Conforme	 Entregue Conforme
--	--

**PROFORMA 4**

# PROVEEDOR-MUEBLERIA OTAVALO

## MUEBLERÍA OTAVALO

CABEZAS FRANCO GABRIELA FERNANDA

RUC: 1003456789001

DIR: Calle Atahualpa s/n y Abdón Calderón

TELF: 06- 2942900

OTAVALO- ECUADOR

### PROFORMA

CLIENTE

Nombres: Inlago Elizeth

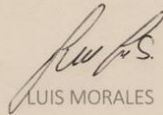
RUC: 12726579913

DIR: Tabacundo

FECHA: 17/01/2018

REPRESENTANTE: LUIS MORALES

COD.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
M-Mad 2	2 Mesas madera P+ sillas. (2 lugares)	75,00	150,00
M-Mad 4	2 Mesas madera P+ sillas (4 lugares)	100,00	100,00
M-Mad 6	1 Mesa madera P+ silla (6 lugares)	150,00	150,00
B-Serv	Barra de madera con 4 servicios	150,00	150,00
E-5C	Estantería 5 compartimentos de madera 2x3m.	100,00	100,00
S-ES	Escritorio ejecutivo con silla incluida	150,00	150,00
S-AP	Sillón 1u de Oficina	100,00	100,00
		<b>Subtotal</b>	900,00
		<b>IVA 0%</b>	0
		<b>IVA 12%</b>	108,00
		<b>TOTAL</b>	<b>1008,00</b>



LUIS MORALES

VENDEDOR