



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PLAN DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, CANTÓN DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**AUTOR:** Jhean Alexander Herrera Cadena

**DIRECTOR:** Ing. Marcelo Vallejos

**IBARRA, JULIO 2014**

## RESUMEN EJECUTIVO

Otavalo constituye uno de los centros de atracción turística y una de las ciudades más hermosas del Ecuador. Otavalo, la Cabecera Cantonal, posee el adelanto y el confort propios de las urbes modernas y civilizadas: teatros, bibliotecas, museos, almacenes folclóricos y artesanales, hoteles y restaurantes. Al seno de esta hermosa ciudad converge un verdadero movimiento comercial, es una fiesta de exóticos colores, sonidos y olores. Cada sábado y domingo, miles de artistas locales y artesanos negocian y regatean con una mezcla de viajeros internacionales los mejores tapices y tejidos a mano por los indígenas residentes en la ciudad. Es así como los Otavaleños reciben alrededor de 18 mil turistas al año de distintas partes del mundo, a los cuales se ofertan además de artesanías, el confort y diversidad de hoteles y restaurantes que van desde los más sencillos hasta los más lujosos que incluyen suites, comida gourmet y spa. El proyecto **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Tiene el objetivo de fomentar un gran emprendimiento el cual es ofertar gastronomía extranjera en la ciudad, la ejecución de este proyecto de factibilidad beneficiará en forma directa al autor y desde luego a la ciudad de Otavalo específicamente aumentará y fortalecerá el turismo, puesto que la población otavaleña, tanto turistas nacionales y extranjeros tendrán una alternativa nutritiva y deliciosa al momento de buscar alimentos. El sushi bar, básicamente se refiere a ofertar el platillo más representativo de la comida tradicional japonesa, como es el sushi. Este proyecto puede variar aún más la gastronomía en Otavalo ya que en esta ciudad no existe ningún restaurante que ofrezca un producto similar.

## SUMMARY

Otavalo is one at the centers of tourist attraction and one of the most beautiful cities of Ecuador. Otavalo, Header Cantonal, owns advancement and comfort own of the modern cities: theater, library, museums, stores folkloric and artisanal, hotels and restaurants. At the heart of this beautiful city converges a real commercial activity, is a party of exotic colors, sounds and smells. Every Saturday and Sunday thousands of local artists and artisans negotiate and haggle with a mix of traveler's international best rugs and hand-woven by residents indigenous of the city. Otavalans receive about 18 thousand tourists a year from around the world, to which offer also of crafts, the comfort and diversity of hotels and restaurants ranging from the simplest to the most luxurious including suites, food gourmet and spa. The project **“STUDY FEASIBILITY FOR CREATING A SUSHI BAR IN THE CITY OF OTAVALO, CANTON OTAVALO, PROVINCE IMBABURA”**. Has the objective foster a great undertaking, which is to offer foreign cuisine in the city, the implementation of this project feasibility will directly benefit the author and of course the city of Otavalo, specifically increase and strengthen tourism, since population Otavalan, both tourists domestic and foreign have an alternative nutritious and delicious when seeking food. The sushi bar, refers to bid most dish representative of Japanese traditional food, as is the sushi. This project may vary even gastronomy in Otavalo because in this city there isn't restaurant that offers a similar product.

**AUTORÍA****AUTORÍA**

Yo, **Jhean Alexander Herrera Cadena**, portador de la cédula de ciudadanía N° 040158782-9, declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí **descrito “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y que se han respetado las diferentes fuentes de información y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....

**Jhean Alexander Herrera Cadena**

C.C. 040158782-9

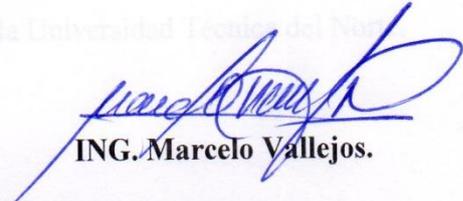
**INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO****INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado **Jhean Alexander Herrera Cadena**, para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne todos requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra a los 18 días del mes de Julio del 2014.

Firma



**ING. Marcelo Vallejos.**

**C.C.1001813821**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

Yo, **Jhean Alexander Herrera Cadena**, con cédula de ciudadanía No. **040158782-9**, 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 autor (es) de la obra o trabajo de grado dominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **DE INGENIERA COMERCIAL**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor 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 de la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): .....

Nombre: Jhean Alexander Herrera Cadena

Cédula: 040158782-9

Ibarra a los 18 días del mes de Julio del 2014.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DEL 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 existencia de la Universidad.

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE CIUDANÍA:</b>		040158782-9	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>		Herrera Cadena Jhean Alexander	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Otavalo	
<b>EMAIL:</b>		jean_lococrazy@hotmail.com	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2920-591	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0995052949

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE SUSHI BAR EN LA CIUDAD DE OTAVALO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTOR(ES):</b>	Herrera Cadena Jhean Alexander
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2014-07-18
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniería Comercial
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	Ing. Marcelo Vallejos.

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

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

Yo, Jhean Alexander Herrera Cadena, con cédula de ciudadanía No. 040158782-9, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma 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 Art. 144.

### 3. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolla, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de la reclamación por parte de terceros.

Ibarra a los 18 días del mes de Julio del 2014.

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....

**Nombre:** Herrera C. Jhean A.

**CC:** 040158782-9

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....

(Firma).....

**Nombre:** Ing. Bethy Chávez

**Cargo:** JEFE DE BIBLIOTECA

## DEDICATORIA

Este trabajo de grado está dedicado a mi **HIJO**, que es el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis ideales de superación, él fue quien en los momentos más difíciles me dio su amor para poderlos superar, quiero también dejar un mensaje el cual dice si quiere alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poderlo lograr.

Así como también a mi novia quien ha sido un apoyo incondicional en momentos alegres y difíciles, motivándome así para cumplir con las metas y objetivos propuestos en mi vida.

Jhean Alexander Herrera Cadena

## **AGRADECIMIENTOS**

El agradecimiento más sincero y profundo a la Universidad Técnica del Norte, quien me supo brindar la oportunidad de educarme tanto en valores, como en conocimientos sólidos para saber desenvolverme en el campo profesional; además expreso un sentimiento de eterna gratitud a los catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y a mis padres, quienes con sus consejos y conocimientos supieron inculcarnos para forjar así profesionales acorde a las demandas actuales del país, en especial al Ingeniero Marcelo Vallejos Director de esta investigación, quien con su experiencia profesional ha sabido apoyarme y guiarme de manera incondicional en el desarrollo del trabajo de grado.

Jhean Alexander Herrera Cadena

## PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad se denomina creación de un sushi bar en la ciudad de Otavalo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura. A continuación se presenta una breve recopilación de lo tratado en cada capítulo del informe final del trabajo de grado, el mismo que cuenta con siete capítulos, conclusiones y recomendaciones. El primer capítulo, parte del diagnóstico situacional, objetivos, determinación de variables diagnósticas e indicadores, metodología de la investigación, determinación del problema y la oportunidad de la inversión. El capítulo II contiene el marco teórico, el mismo que establece conceptos teóricos de toda la elaboración del proyecto de factibilidad. En el proceso del estudio del mercado se determinó que existe una demanda potencial a satisfacer con relación a la oferta existente. El estudio técnico, factores de localización, ingeniería del proyecto que se requieran para la ejecución de las acciones en los que se encamine el proyecto. La inversión que necesita el proyecto se plantea en el capítulo del estudio financiero establecidos en los Estados Financieros de Situación Inicial y Flujos de Caja. La estructura organizacional, normas legales y todas las obligaciones administrativas del proyecto. Finalmente, en el capítulo VII se establecieron, los probables impactos que tendrá la realización del proyecto, en el aspecto socioeconómico, empresarial, cultural y ambiental. Finiquita la presentación del trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones, enfatizándose en lo primordial, la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo establecido para el nuevo proyecto.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DEL LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTOS .....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL .....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xviii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxiv
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxv
METODOLOGÍA DEL PROYECTO .....	xxvi
CAPÍTULO I .....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	27
Antecedentes .....	27
Objetivo del diagnóstico .....	28
Objetivo general.....	28
Objetivos específicos .....	28
Matriz de relación diagnóstica .....	29
Mecánica operativa .....	30
Información secundaria.....	30
Análisis de la información .....	30

Información bibliográfica .....	30
Matriz AOOR.....	36
Determinación de la oportunidad de inversión .....	37
CAPÍTULO II.....	38
MARCO TEÓRICO.....	38
Historia y origen del sushi .....	38
Ingredientes básicos del sushi.....	39
Arroz japonés .....	39
Wasabi.....	39
Sushizu.....	39
Algas .....	40
Sashimi.....	41
Concepto de sushi .....	41
Nagiri-sushi.....	41
Gunkan-sushi .....	42
Oshi-sushi .....	42
Makis.....	43
Chirashi-sushi .....	43
Preparación del sushi .....	43
Situaciones contables y tributarias.....	44
Situaciones legales .....	45
Requisitos legales de constitución y funcionamiento de la empresa .....	46
Empresa.....	48
Importancia de la empresa .....	48
Administración de empresas .....	49
Estudio de mercado.....	49
Demanda .....	49
Oferta .....	50
Punto de equilibrio.....	50
Estrategias para el producto .....	50
Estrategias para el precio .....	51
Estrategias para la plaza o distribución.....	51
Estrategias para la promoción.....	52
Estudio técnico.....	53

Tamaño del proyecto.....	53
Valor actual neto (VAN).....	54
Tasa interna de retorno (TIR) .....	54
Costo/beneficio .....	54
Recuperación de la inversión .....	54
Evaluación financiera.....	55
Contabilidad financiera.....	55
Contabilidad de costos .....	55
Mano de obra .....	56
Materia prima.....	56
Costos indirectos de fabricación (CIF) .....	56
Planificación estratégica .....	56
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>57</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>57</b>
Presentación .....	57
Objetivos del estudio de mercado .....	57
Objetivo general.....	57
Objetivos específicos .....	58
Identificación del servicio.....	58
Características del servicio .....	58
Matriz de relación de estudio de mercado .....	60
Mecánica operativa .....	61
Investigación de campo.....	61
Segmento de mercado .....	61
Marco muestral o universo.....	61
Tamaño de la muestra .....	62
Estructura de la muestra.....	63
Tabulación y procesamiento de información .....	64
Análisis de la demanda .....	79
Demanda actual.....	79
Proyección de la demanda .....	79
Análisis de la oferta .....	81
Instrumentos de información primaria aplicados a la oferta.....	81
Entrevista dirigida a los propietarios de las cevicherías y chifas.....	81

Entrevista dirigida al chifa Cantón .....	81
Entrevista dirigida a la cevichería Quito.....	82
Entrevista dirigida a la cevichera los ceviches de Leo .....	83
Entrevista dirigida al chef de Swissotel .....	84
Ficha de observación dirigida a Supermaxi en la ciudad de Ibarra .....	86
Encuesta dirigida a los comercializadores de pescado por mayor .....	87
Oferta actual.....	97
Proyección de la oferta.....	97
Demanda potencial a satisfacer.....	98
Análisis de precios .....	99
Conclusiones del estudio de mercado .....	100
Estrategias para el servicio.....	101
Estrategias para el precio .....	101
Estrategias para la plaza o distribución.....	102
Estrategias para la promoción y publicidad .....	102
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>103</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO.....</b>	<b>103</b>
Localización del proyecto .....	103
Macrolocalización.....	103
Microlocalización .....	104
Matriz de factores .....	105
Nombre del proyecto.....	109
Sushi bar “KATON SUSHI” .....	109
Logotipo.....	109
Tamaño del proyecto.....	109
Capacidad del proyecto.....	109
Ingeniería del proyecto .....	110
Requerimiento de infraestructura civil.....	111
Terreno .....	111
Áreas y gastos de operación.....	111
Distribución de instalaciones .....	112
Flujograma de procesos y servicio.....	115
Flujo de operaciones .....	118
Inversión .....	119

Capital de trabajo .....	123
Resumen de la inversión .....	132
Conclusión del estudio técnico .....	132
CAPÍTULO V .....	133
ESTUDIO FINANCIERO .....	133
Inversión del proyecto.....	133
Activos no depreciables .....	133
Activos depreciables .....	134
Activos diferidos .....	134
Estructura del financiamiento .....	135
Amortización.....	136
Pago de intereses.....	138
Pago de capital .....	138
Presupuesto de costos y gastos .....	139
Insumos directos .....	139
Insumos indirectos .....	140
Talento humano .....	140
Gastos directos proyectados.....	141
Depreciaciones de activos no corrientes .....	142
Gastos administrativos .....	145
Gasto publicidad .....	146
Estados financieros proforma .....	146
Estados iniciales de situación financiera.....	146
Estado de resultados o de ingresos proyectado.....	147
Flujos de efectivo.....	148
Evaluación financiera.....	148
Determinación del costo de capital .....	148
Tasa de rendimiento medio.....	149
Valor actual neto .....	149
Tasa interna de retorno.....	151
Periodo de recuperación.....	151
Relación costo beneficio .....	152
Punto de equilibrio.....	153
CAPÍTULO VI.....	154

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL.....	154
La empresa.....	154
Nombre.....	154
Conformación jurídica.....	154
Misión.....	154
Visión.....	155
Políticas.....	155
Valores.....	155
Estructura organizacional.....	156
Descripción de perfiles y funciones del personal.....	157
CAPÍTULO VII.....	164
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	164
Impactos.....	164
Impacto económico.....	165
Impacto socio-cultural.....	166
Impacto empresarial.....	167
Impacto ambiental.....	168
CONCLUSIONES.....	169
RECOMENDACIONES.....	170
BIBLIOGRAFÍA.....	171
LINKOGRAFÍA.....	172
ANEXOS.....	173
ANEXO No.1.....	174
ANEXO No.2.....	179
ANEXO No.3.....	180
ANEXO No.4.....	181
ANEXO No.5.....	182
ANEXO No.6.....	184
ANEXO No.7.....	186
ANEXO No.8.....	189
ANEXO No.9.....	190

**ÍNDICE DE TABLAS**

1. Administrador .....	157
2. Contador(a) .....	158
3. Cajero(a) .....	158
4. Chef ejecutivo .....	159
5. Chef de cocina frío.....	159
6. Stiwar .....	160
7. Mesero .....	160

**ÍNDICE DE CUADROS**

1. Matriz de relación diagnóstica .....	29
2. Sectores económicos de Ootavalo .....	35
3. Matriz de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.....	36
4. Matriz de relación de estudio de mercado .....	60
5. Estructura de la muestra.....	63
6. Consumo de pescado y mariscos .....	64
7. Frecuencia de visita a restaurantes.....	65
8. Compañía de la demanda .....	66
9. Tipo de restaurantes .....	67
10. Preferencia del servicio.....	68
11. Tipos de alimentos .....	69
12. Inversión en alimentación .....	70
13. Nivel de aceptación.....	71
14. Nivel de aceptación de platos japoneses-ecuatorianos .....	72
15. Capacidad de pago .....	73
16. Alimentos adicionales.....	74
17. Servicios adicionales.....	75
18. Forma de pago.....	76
19. Competencia .....	77
20. Promociones.....	78
21. Total demanda de consumo .....	79
22. Parámetros.....	80
23. Demanda proyectada del sushi.....	80
24. Salmón .....	86

25. Cantidad ofertada de atún .....	87
26. Cantidad ofertada de camarón .....	88
27. Cantidad ofertada de cangrejos (sarta).....	89
28. Cantidad ofertada de calamar.....	90
29. Cantidad ofertada de pulpo .....	91
30. Precio promedio del atún por libra.....	92
31. Precio promedio del camarón por libra.....	93
32. Precio promedio del cangrejo por sarta .....	94
33. Precio promedio del calamar por libra.....	95
34. Precio promedio del pulpo por libra .....	96
35. Proyección oferta .....	97
36. Oferta proyectada.....	98
37. Demanda potencial del Sushi bar a satisfacer.....	99
38. Ficha de observación aplicada a sushi bar Suiton Sushi.....	99
39. Proyección de precios .....	100
40. Escala de evaluación .....	106
41. Direcciones seleccionadas .....	106
42. Matriz de factores .....	107
43. Matriz de factores .....	108
44. Capacidad diaria.....	110
45. Capacidad mensual y anual.....	110
46. Requerimiento de terreno.....	111
47. Valor total de construcción e instalaciones.....	112
48. Requerimientos de muebles y encerres .....	119
49. Requerimiento de equipo de oficina .....	120
50. Requerimiento de equipo de computación.....	121

51. Requerimiento de equipo de maquinaria .....	122
52. Requerimiento de menaje y utilería .....	123
53. Insumos directos .....	124
54. Insumos indirectos .....	124
55. Sueldos y salarios.....	125
56. Talento humano .....	126
57. Servicios básicos.....	127
58. Gasto de publicidad.....	128
59. Gasto mantenimiento .....	128
60. Gastos de constitución .....	129
61. Gasto administrativos.....	129
62. Gasto de organización.....	130
63. Capital de trabajo .....	131
64. Resumen de la inversión .....	132
65. Activo no depreciable .....	133
66. Activos depreciables .....	134
67. Costo de investigación .....	134
68. Gastos de constitución .....	135
69. Estructura del financiamiento .....	136
70. Tabla de amortización.....	137
71. Pago de intereses.....	138
72. Pago de capital .....	138
73. Insumos directos .....	139
74. Insumos indirectos .....	140
75. Ponderación de remuneración.....	140
76. Talento humano .....	141

77. CIF Gastos directos proyectados .....	142
78. CIF Fijo proyectado .....	142
79. Depreciaciones de activos no corrientes .....	143
80. Distribución de la depreciación .....	144
81. Distribución de la depreciación del área administrativa .....	144
82. Distribución de la depreciación del área operativa .....	145
83. Gastos administrativos .....	145
84. Gastos de publicidad .....	146
85. Estado inicial de situación financiera .....	146
86. Estado de resultados proyectado .....	147
87. Flujos de efectivo proyectado .....	148
88. Costo de capital .....	149
89. Valor actual neto .....	150
90. Periodo de recuperación corriente .....	151
91. Periodo de recuperación real .....	152
92. Costo beneficio .....	152
93. Matriz de Perfiles .....	161
94. Matriz de valorización .....	164
95. Impacto económico .....	165
96. Impacto socio-cultural .....	166
97. Impacto empresarial .....	167
98. Impacto ambiental .....	168

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

1. Consumo de pescado y mariscos .....	64
2. Frecuencia de visita a restaurantes.....	65
3. Compañía de la demanda .....	66
4. Tipo de restaurantes .....	67
5. Preferencia del servicio.....	68
6. Tipos de alimentos .....	69
7. Inversión en alimentación.....	70
8. Nivel de aceptación.....	71
9. Nivel de aceptación de platos japoneses-ecuatorianos .....	72
10. Capacidad de pago .....	73
11. Alimentos adicionales.....	74
12. Servicios adicionales.....	75
13. Forma de pago.....	76
14. Competencia .....	77
15. Promociones.....	78
16. Cantidad ofertada de atún .....	87
17. Cantidad ofertada de camarón .....	88
18. Cantidad ofertada de cangrejos (sarta).....	89
19. Cantidad ofertada de calamar.....	90
20. Cantidad ofertada de pulpo .....	91
21. Precio promedio del atún por libra.....	92
22. Precio promedio del camarón por libra.....	93
23. Precio promedio del cangrejo por sarta .....	94
24. Precio promedio del calamar por libra.....	95

25. Precio promedio del pulpo por libra .....	96
26. Organigrama estructural de KATON SUSHI: .....	157

## ÍNDICE DE FIGURAS

1. Ubicación geográfica del cantón Otavalo .....	31
2. Organización territorial del cantón Otavalo.....	32
3. Población total y tasa de crecimiento.....	34
4. Mapa de la parroquia San Luis Otavalo.....	104
5. Microlocalización del proyecto.....	105
6. Logotipo .....	109
7. Fachada frontal y lateral.....	113
8. Plano arquitectónico del sushi bar .....	114
9. Vista total sushi bar.....	115
10. Proceso del producto.....	116
11. Proceso del servicio .....	117

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

### GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un sushi bar en la ciudad de Otavalo, cantón de Otavalo, Provincia de Imbabura.

### ESPECÍFICOS

- a) Realizar el diagnóstico situacional en la ciudad d Otavalo, con el objetivo de identificar a los aliados, oponentes y riesgos del proyecto.
- b) Elaborar el marco teórico, para sustentar el proyecto a través de la investigación bibliográfica documentada.
- c) Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de un sushi bar en la ciudad de Otavalo, cantón Otavalo, provincia.
- d) Diseñar el Estudio Técnico para determinar el tamaño del proyecto, la localización, y la ingeniería que comprende: procesos productivos, tecnología, espacios físicos, inversión y talento humano.
- e) Realizar el estudio financiero para determinar los ingresos, egresos, gastos administrativos, gastos de ventas, depreciaciones, gastos financieros y costos de producción que comprende: materia prima, mano de obra y los CIF.
- f) Elaborar la estructura administrativa y organizacional del restaurante para establecer la misión, visión, valores, políticas, orgánico estructural y funcional.
- g) Realizar un análisis de impactos que generará la nueva unidad productiva en los ámbitos: social, económico y ambiental, para eliminarlos en caso de ser negativos y aprovecharlos en caso de ser positivos.

## **METODOLOGÍA DEL PROYECTO**

### **INDUCTIVO**

Este método lo utilizaré cuando realice el análisis del marco teórico, toda vez que la información científica es bastante general, para entender su significado desglosare las partes para llegar a conclusiones finales.

### **DEDUCTIVO**

Dentro de las funciones específicas tenemos, la formulación de problemas, desarrollo de una hipótesis reunir información y aclarar conceptos.

### **ANALÍTICO**

Este método se complementará con la síntesis, la que por su parte consigue la integración a nivel mental de las partes constituidas.

### **SINTÉTICO**

Este método lo utilizaré en el temario así como en las conclusiones por razón de presentar razones alineadas de una manera lógica, o mediante el uso de hechos concretos que vayan sucediendo y ratifiquen la idea planteada.

## **CAPÍTULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

Otavalo constituye uno de los centros de atracción turística y una de las ciudades más hermosas del Ecuador. Otavalo, la Cabecera Cantonal, posee el adelanto y el confort propios de las urbes modernas y civilizadas: teatros, bibliotecas, museos, almacenes folclóricos y artesanales, hoteles y restaurantes.

Al seno de esta hermosa ciudad converge un verdadero movimiento comercial, es una fiesta de exóticos colores, sonidos y olores. Cada sábado y domingo, miles de artistas locales y artesanos negocian y regatean con una mezcla de viajeros internacionales los mejores tapices y tejidos a mano por los indígenas residentes en la ciudad.

Es así como los Otavaleños reciben alrededor de 18 mil turistas al año de distintas partes del mundo, a los cuales se ofertan además de artesanías, el confort y diversidad de hoteles y restaurantes que van desde los más sencillos hasta los más lujosos que incluyen suites, comida gourmet y spa. (Ref. Ministerio de Turismo, 2011).

En un estudio realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de San Luis de Otavalo sobre los establecimientos comerciales existentes en la zona urbana y rural del cantón en el año 2010 de los cuales los más relevantes para este estudio son los de hoteles y restaurantes con 3 y 41 locales respectivamente en la zona urbana, de esta manera se determina que existe una demanda insatisfecha.

Es por esto que se origina el presente trabajo de investigación con la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un sushi-bar que brinde una variedad de gastronomía asiática para turistas tanto locales como internacionales que visitan a diario esta ciudad; siendo éste un generador de empleo, una atracción turística y una contribución al desarrollo de la sociedad Otavaleña.

## **1.2. Objetivo del diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo general**

Realizar el diagnóstico situacional en la ciudad de Otavalo, con el objetivo de identificar a los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.

### **1.2.1. Objetivos específicos**

- Analizar el entorno geográfico de la ciudad de Otavalo en donde se implementará el proyecto.
- Examinar los datos demográficos de la ciudad de Otavalo.
- Establecer las actividades económicas a las que se dedican la población de la ciudad de Otavalo.

### 1.3. Matriz de relación diagnóstica

#### Cuadro N° 1

#### Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTO	PÚBLICO A INVESTIGAR
Analizar el entorno geográfico de la ciudad de Otavalo en donde se implementará el proyecto.	Entorno Geográfico	Ubicación	Secundaria	Bibliografía	GAD de Otavalo
		Límites	Secundaria	Bibliografía	GAD de Otavalo
		División Política	Secundaria	Bibliografía	GAD de Otavalo
Examinar los datos demográficos de la ciudad de Otavalo.	Datos demográficos	Densidad Poblacional	Secundaria	Bibliografía	GAD de Otavalo
		Tasa de Crecimiento	Secundaria	Bibliografía	GAD de Otavalo
		Población Económicamente Activa	Secundaria	Bibliografía	GAD de Otavalo
Establecer las actividades económicas a las que se dedican la población de la ciudad de Otavalo.	Actividades Económicas	- Comercio - Industria y Manufactura - Actividades intelectuales - Turismo - Transporte - Agricultura	Secundaria	Bibliografía	GAD de Otavalo

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

## **1.4. Mecánica operativa**

### **1.4.1. Información secundaria**

La información secundaria que se ha indagado para respaldar el diagnóstico, se basa principalmente en el Plan de Ordenamiento Territorial del GAD de Otavalo en el año 2011.

## **1.5. Análisis de la información**

### **1.5.1. Información bibliográfica**

#### **Ubicación y límites**

El cantón Otavalo está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 579 kilómetros cuadrados, según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Municipal de Otavalo.

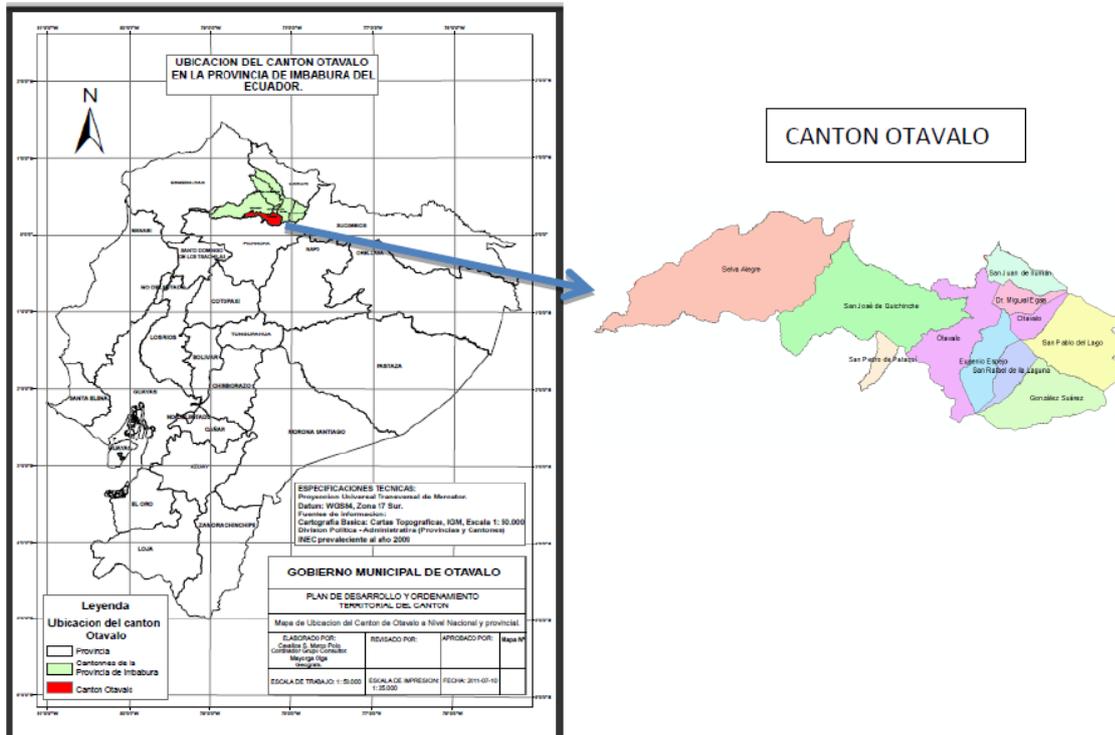
La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas:

78° 15' 49'' longitud oeste

0° 13' 43'' latitud norte

Figura N° 1

## Ubicación geográfica del cantón Otavalo



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Otavalo

Autor: Alexander Herrera

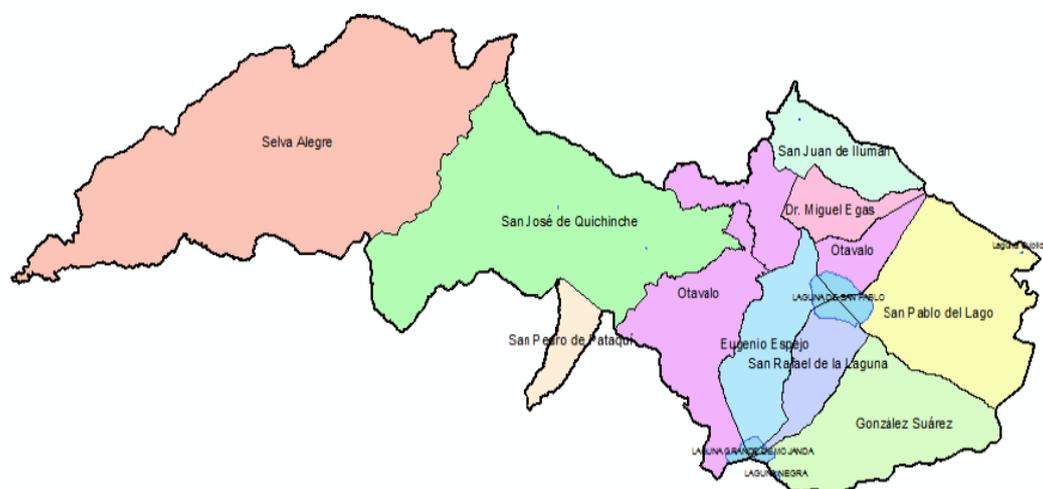
Año: 2014

El cantón se encuentra limitado: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

## División política

Basados en el plan de ordenamiento territorial del cantón Otavalo

El cantón Otavalo está integrado por la ciudad del mismo nombre y por once parroquias dos urbanas y nueve rurales. Las parroquias rurales son: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Patate y Selva Alegre.

**Figura N° 2****Organización territorial del cantón Otavalo**

Fuente: División político administrativa GAD Otavalo, 2011  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

La parroquia urbana del Jordán comprende las siguientes comunidades: Cotama, Guanansi, Gualapuro, La Compañía, Camuendo, Libertad de Azama. La parroquia urbana San Luis incluye las comunidades de: Imbabuela Alto y Bajo, Mojanda, Mojanda Mirador, Mojandita, Taxopamba, Cuatro Esquinas.

Las comunidades de las parroquias rurales varían en cuanto a número; Quichinche es la parroquia con más comunidades, esta presenta un total de 24. La superficie del cantón y de las parroquias de acuerdo a la división planteada por el Gobierno Municipal. Existe una variación de superficie de 507 a 579 Km<sup>2</sup>.

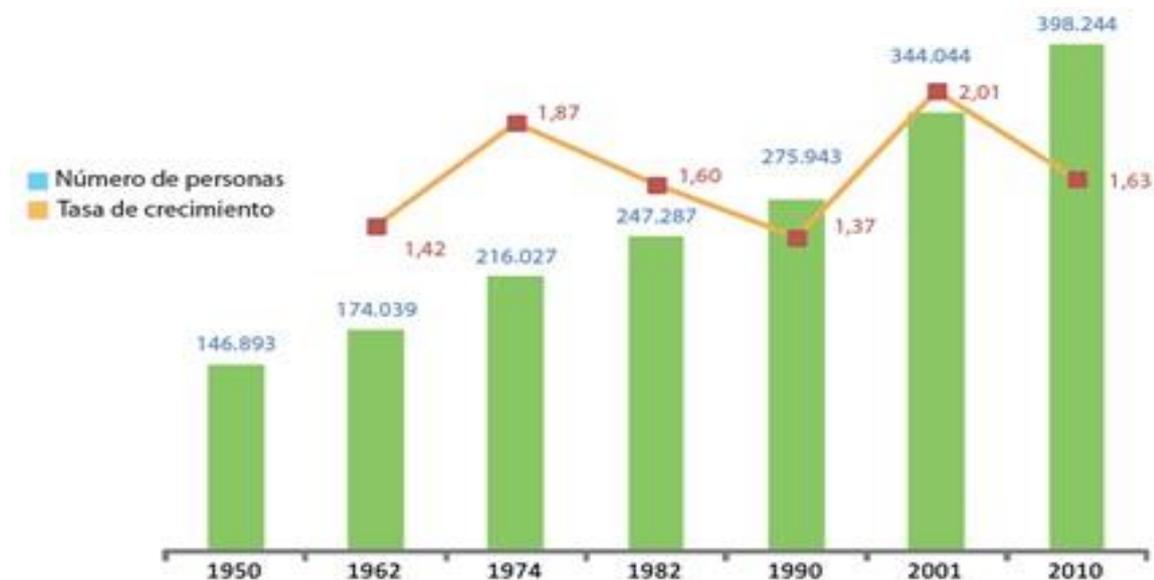
**Densidad poblacional**

Según el plan de vida del cantón Otavalo para el año 2000 la densidad poblacional era de 146.9 habitantes por kilómetro cuadrado, pero según el censo 2010 esta densidad aumentó

en un 61.46%, es decir el valor casi se duplicó alcanzando a 239 personas por kilómetro cuadrado en promedio La cabecera cantonal mantiene la primacía en este aspecto con 713 habitantes por Km<sup>2</sup> y Selva Alegre es la que menor densidad poblacional presenta debido a que sus 1600 habitantes se encuentran en una superficie de 178 Km<sup>2</sup>, teniendo como valor 9 habitantes por Km<sup>2</sup>. Es importante señalar que el promedio de habitantes por Km<sup>2</sup> a nivel de país, según el último censo es de 55.8 habitantes por Km<sup>2</sup>, lo que refleja la alta densidad poblacional que tiene Otavalo.

### **Tasa de crecimiento**

Según los datos del INEC, la tasa de crecimiento a nivel nacional durante el periodo intercensal 2001-2010 fue de 1.95%, este valor es mayor que el de la provincia de Imbabura, la cual ha tenido un comportamiento diferenciado, en donde el mayor crecimiento demográfico se dio en el período 1990-2001 que llegó al 2.01%, en cambio para el período intercensal 2001-2010 esta tasa de crecimiento desciende a 1.63%. En este contexto, el cantón Otavalo presentó para el censo 2001 una tasa de crecimiento de 2.47% en promedio, mientras que para el censo 2010 el promedio es de 0.89%.

**Figura N° 3****Población total y tasa de crecimiento**

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda de 2010  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

**Población económicamente activa**

La Población Económicamente Activa PEA, es aquella que interviene en la producción de bienes y servicios, éstos se agrupan en los siguientes: sector I, de las actividades agropecuarias; sector II industrias, y III servicios. Cada uno de estos sectores genera el Producto Interno Bruto PIB o también denominado Valor Agregado, que no es otra cosa que, la suma del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en el país o provincia, en un año.

La agrupación de la población activa principalmente en Ibarra y Otavalo toma forma al posibilitar, que las actividades económicas sean más dinámicas por existir talento humano en edad productiva. A diferencia de los cantones de Urcuqui y Pimampiro donde la población activa opta por migrar al no existir actividades económicas donde puedan emplearse. Por lo

tanto la población económicamente activa del cantón Otavalo es 42.553 individuos (Ref. SIISE, 2014).

## Ocupaciones

Según el Gobierno provincial de Imbabura se logró establecer las principales actividades económicas a las cuales se dedican la ciudadanía otavaleña.

### *Cuadro N° 2*

#### *Sectores económicos de Otavalo*

<b>SECTOR ECONÓMICO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Comercio	22%
Industria y Manufactura	19%
Actividades realizadas por investigadores, intelectuales y técnicos.	18%
Turismo	10%
Transporte	9%
Financiera	8%
Agricultura	7%
Construcción	7%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 1.6. Matriz AOOD

### Cuadro N° 3

#### Matriz de aliados, oportunidades, oponentes y riesgos

ALIADOS		OPORTUNIDADES	
1.	Existe una buena oferta de productos de mar referentes a calidad, frescura y precio y tiempo de abastecimiento.	1.	Actualmente por la red vial existen buenas ofertas de aprovisionamiento de mariscos y pescados.
2.	Los supermercados en la ciudad de Ibarra donde se va a adquirir los insumos e ingredientes para la elaboración del sushi, especialmente el salmón que es uno de los insumos principales para la elaboración de este plato japonés.	2.	Las políticas estatales y del GAD de Otavalo sobre el fomento turístico, impulsan el crecimiento del mismo en Imbabura especialmente en Otavalo.
3.	El Gobierno Nacional ha implementado a través de organismos ministeriales, como el Ministerio de Salud, capacitaciones acerca del tratamiento y conservación de alimentos.	3.	Crecimiento futuro del proyecto en función del deseo de consumo de productos preparados a base mariscos y pescados.
4.	Los medios de comunicación tradicionales y alternativos que puedan apoyar la difusión de este proyecto.	4.	Nuevas técnicas gastronómicas con la inclusión del alta cocina internacional.
5.	Nuevas tendencias de consumo.		
OPONENTES		RIESGOS	
1.	Excesiva competencia de restaurantes que ofertan alimentos preparados a base de mariscos y pescados lo cual constituye un escalio para el proyecto.	1.	Resistencia a cambios gastronómicos por parte de la población local.
2.	Los arrendatarios cobran rentas elevadas de los locales comerciales, restando oportunidades de gestión comercial.	2.	Presencia de franquicias de nivel nacional e internacional que ofertan productos similares a los del proyecto
3.	Escasa información estadística acerca de oferta y demanda de pescados y mariscos en la ciudad de Otavalo e Ibarra, que sirvan como base para la presente investigación.	3.	Volatilidad de los precios en el mercado.
		4.	Numerosos insumos que son necesarios para la preparación del sushi, son de origen internacional cuya importación está restringida por parte del gobierno a los cupos.

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2011

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

Otavalo considerada como una ciudad turística y comercial, la misma que recibe un gran apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo a través del Ministerio de Turismo con la finalidad de promocionar esta ciudad y su cultura. Otavalo recibe una gran cantidad de turistas, se evidencia la falta de un centro gastronómico que brinde a sus clientes una variedad de platos típicos, comodidad seguridad y una atención de calidad.

Una vez que se ha realizado el diagnóstico situacional, se concluye que en la ciudad de Otavalo existe las condiciones suficientes para la creación de un proyecto económico productivo en base a la preparación gastronómica tradicional japonesa (sushi) en el sector de influencia del proyecto.

En Otavalo no existe ningún local que ofrezca este producto, pero existe locales que ofrecen productos sustitutos, tales como: cevicherías, chifas, restaurantes de comida típica otavaleña, entre otros

Los precios de comercialización de los platos típicos en la ciudad de Otavalo se mantiene en un promedio que es altamente aceptado por los clientes dependiendo de la capacidad adquisitiva, existiendo lugares en los que el producto se oferta a un valor muy alto debido a la marca y prestigio, presentándose una oportunidad de competir en función del precio.

Al analizar la calidad de productos para la elaboración del platillo japonés, se pretende ofertar sushi que mantenga la calidad y la excelencia en la preparación en cada uno de sus procesos.

Una vez analizados los puntos anteriores, se puede notar que es factible poner en marcha esta propuesta debido a que existen las condiciones de mercado y del entorno para poderla implementar.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Historia y origen del sushi

*Jun-Ichi (2008, pág. 4), menciona: “El Sushi de origen asiático, tiene sus inicios en el siglo IV AC en el sudeste del continente y su aparición no fue como en la actualidad se lo conoce, sino que surgió producto de la casualidad de un proceso al que era sometido el pescado en general para su conservación y almacenamiento; al pescado se lo colocaba en medio de capas de arroz y sal prensándolo con piedras suficientemente pesadas las cuales reducían su peso a medida que transcurría el tiempo proceso que se lo realizaba por la falta de cualquier sistema de refrigeración en esa época; el arroz a su vez con el almidón que contiene y junto a la sal producía una fermentación que era la que ayudaba a la conservación del pescado el mismo que era mantenido por varios meses entre el arroz para posteriormente ser consumido solo y sin arroz, que finalmente era desechado. A este tipo de Sushi se lo denominó nare-sushi.”*

*Jun-Ichi (2008, pág. 5), manifiesta: “Con el pasar de los años esta práctica se extendió a lo largo y ancho del continente asiático y no fue sino en el siglo VII DC cuando llega a Japón en medio del período Heían y es aquí en donde se comienza a comer el pescado con el arroz cuando el primero no estaba del todo cocido y por otra parte el arroz no había perdido su sabor a lo que se llamó seisei-sushi y su consumo se extendió hasta el final del período de Muromachi.”*

## **2.2. Ingredientes básicos del sushi**

### **2.2.1. Arroz japonés**

*Kimiko (2008, pág. 9), dice: “El arroz japonés tiene características muy particulares: blanco, grano corto y gordo que luego de la cocción al vapor no pierde su tamaño o forma y tiende hacerse pegajoso lo que ayuda de sobre manera a la elaboración del Sushi, el procesamiento de este tipo de arroz es igual que el resto de arroces que se conoce, es decir, que llega directamente al molino para ser desgranado y de esta manera quitar las capas superficiales que tiene el arroz repitiéndose dicho proceso las veces que sea necesaria para obtener el arroz que se desea.”*

### **2.2.2. Wasabi**

*Kimiko (2008, pág. 9), enuncia: “Es verde, gruesa y larga. En occidente se encuentra en tubos de pasta preparada o en polvo. Este último se mezcla con agua para obtener una pasta espesa y moldeable. Se debe consumir inmediatamente después de preparado, pues su fuerte sabor disminuye rápidamente en contacto con el aire.”*

### **2.2.3. Sushizu**

*Itamae (2011, pág 1) dice: “Es el aderezo que se emplea con el arroz hervido (Gohan) para obtener el sushi meshi, que es el arroz que empleamos para hacer sushi. Encontrar el punto adecuado es fundamental para hacer un sushi de calidad.”*

Es decir que los japoneses parten con la fermentación del arroz por el almidón que este contiene, para obtener vinagre con el proceso antes expuesto; así pues con este vinagre se debe

trabajar en la elaboración del vinagre para Sushi el mismo que posteriormente toma el nombre de sushizu.

#### **2.2.4. Algas**

*Castallate (2008, pág 10), enuncia: “Las algas han sido utilizadas a lo largo de la historia en Oriente para fabricar medicamentos o como alimento, así pues en Japón es muy común la utilización del konbu y nori para la preparación del Sushi, por una parte el konbu se lo utiliza en la elaboración del sushizu y por otra el nori es un elemento fundamental para la preparación de makis.”*

- **Nori**

*Kimiko (2008, pág 5) menciona: “En la actualidad casi todo el nori es de cultivo. Las esporas se plantan en redes situadas en bahías de aguas bajas el mes de enero y se recolectan en otoño. Las plantas maduras se recogen, se lavan con agua dulce y se extienden en forma de láminas finas como el papel, que se dejan secar al sol y luego se tuestan. Una lámina de alga nori seca tostada tiene una medida estándar de 20 x 18 cm y se vende en paquetes de 10.”*

- **Kombu**

*Kimiko (2008, pág 5), dice: “Existen muchas variedades y se cultiva sobre todo en las aguas frías de la isla norteña de Hokkaido. Esta alga de color marrón verdoso alcanza 20 cm de anchura y 10 m de longitud. Se vende seco y cortado en trozos de longitudes manejables. Elíjalo de color oscuro y grueso y consérvelo hasta doce meses en un lugar seco y oscuro.”*

- **Wakame**

*Kimiko (2008, pág 5), enuncia: “Esta variedad de alga se encuentra en el mercado de forma de pequeños palitos secos. Debe remojarse en agua antes de usarla, para que expanda su tamaño y ablande su textura. Mientras esta seca es de color negro intenso y después de remojarla cambia a verde oscuro. Una vez remojada puede usarse fría en ensaladas o calientes en sopas.”*

### **2.3. Sashimi**

*Jun Ichi (2008, pág 23), nos habla acerca: “Se denomina Sashimi a los filetes crudos, frescos, fríos y seleccionados que provienen del pescado, camarón, pulpo y/o calamar los cuales deben ser cortados en dimensiones y pesos iguales; para acomodarlos de manera vistosa y ser servidos con salsa de soya, jengibre y wasabi.”*

### **2.4. Concepto de sushi**

*Castallate (2008, pág 10), enuncia: “Se llamará Sushi a toda preparación que lleve arroz cocido al vapor y avinagrado, a este se le añadirá cualquier tipo de Sashimi pero se le seguirá llamando Sushi siempre refiriéndose al arroz más no al pescado como es el caso del nigiri-zushi.”*

#### **2.4.1. Nagiri-sushi**

*Castallate (2008, pág 12), dice: “Tal vez el más representativo de los Sushis, es el resultado de combinar una pieza de sashimi ya sean pescados o mariscos, con una porción de arroz avinagrado y entre los dos una mínima porción de wasabi en pasta y es servido con gari y salsa de soya; dependiendo del sashimi que se utilice también se le*

*añaden salsa dulces en el caso de la anguila, agridulces en el caso del pulpo o limón en caso de que el sashimi sea crudo. Este bocadillo no puede exceder de los 40g ya que la forma apropiada para comerlo es tomarlo con los dedos”.*

#### **2.4.2. Gunkan-sushi**

*Castallate (2008, pág 14), enuncia: “Este tipo de Sushi se lo utiliza para servir los productos blandos o semilíquidos que no pueden sostenerse solos sobre el arroz es por eso que se realiza una especie de barrera con el nori a fin de que puedan mantenerse estables sobre él, se los prepara por ejemplo con el tobiko (huevas de pez volador), masago (huevas de esperlano), ikura (huevas de salmón), huevos de codorniz o con la grasa del toro (estomago del atún). Al igual que el nigiri Sushi su peso no debe exceder de 40g por que la manera de comerlo también es igual.”*

#### **2.4.3. Oshi-sushi**

*Castallate (2008, pág 16), menciona: “Creado en la ciudad de Junkei-cho se ha convertido en una de las especialidades de Osaka y se lo prepara con arroz avinagrado, tamago y una diversidad de pescados marinados lo que hace que sea considerado como una obra de arte y pese a la popularidad que en todo el Japón mantiene el nigiri-sushi el oshi-sushi no ha perdido su espacio ni popularidad entre la población. Para realizar este tipo de Sushi se utiliza un molde rectangular hueco de madera de unos 4 cm de profundidad que consta de una tapa del mismo material con la que se comprime los ingredientes por lo que adopta su forma para posteriormente cortarlo en porciones de 2 x 6 cm.”*

#### **2.4.4. Makis**

*Jun Ichi (2008, pág. 6,) dice: “Comercialmente muy conocidos, los rollos se componen de una porción de arroz avinagrado con una variedad de pescados, mariscos y/o vegetales los mismos que son envueltos con hojas de nori ayudados de una esterilla de bambú llamada makisu, para que puedan conservar su forma y ser servidos cortados por lo general en 8 partes iguales.”*

#### **2.4.5. Chirashi-sushi**

*Castallate (2008, pág 20), menciona: “Para el montaje de este Sushi se dispone en un plato hondo arroz avinagrado y sobre él se acomodara de manera vistosa toda una gran variedad de sashimi decorado con diversos cortes de vegetales a fin de hacer más vistosa su presentación.”*

#### **2.4.6. Preparación del sushi**

- *Castallate (2008, págs 45-46), Prepara todos los ingredientes. Coloca la lámina de nori con la cara lisa hacia abajo sobre la esterilla de bambú envuelta con papel filt, para facilitar el enrollado.*
- *Distribuir el arroz con los dedos humedecidos sobre la lámina nori. Colocar los ingredientes del relleno sobre el tercio inferior.*
- *Doblar la lámina de nori sobre sí misma desde el extremo inferior con la ayuda de la esterilla de bambú. Mantener el relleno en su sitio con los dedos.*

- *Terminar de enrollar la lámina de nori lentamente usando la esterilla y presionando ligeramente mientras terminamos el rollo.*
- *Desenrollar la esterilla y retírala para cortar el rollo de sushi por la mitad con un cuchillo muy afilado.*
- *Luego cortar cada mitad en trozos iguales.*

## **2.5. Situaciones contables y tributarias**

*SRI (2014, págs. 2-30) .Las personas naturales y sucesiones indivisas (herencias) deben comenzar a llevar contabilidad cuando realicen actividades empresariales en el Ecuador y cuando al 1ro de enero de cada año operen con un capital de trabajo mayor a los \$ 60 000, o cuyos costos y gastos anuales hayan sido superiores a \$ 80 000, o cuando sus ingresos brutos sean mayores a \$ 100 000 al año inmediato anterior, incluyendo para este análisis a las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.*

Todas las personas naturales, nacionales y extranjeras, están obligadas a inscribirse en el RUC ya que estas realizan actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional.

Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deben emitir y entregar comprobantes de venta autorizados en todas sus transacciones.

Las personas naturales obligadas deben incluir la frase “Obligado a llevar contabilidad” en todos los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

Las declaraciones que deben presentar las Personas Naturales obligadas a llevar contabilidad, relacionadas con su actividad económica, son las siguientes: IVA, impuesto a la renta, retención en la fuente, ICE (si fabricara productos especiales).

La Empresa deberá presentar los siguientes formularios al Servicio de Rentas Internas, que a continuación detallamos:

**Formulario 102: Declaración del impuesto a la renta personas naturales.-** En este formulario se debe presentar los ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA Y DE PERDIDAS Y GANANCIAS.- Trasladar los saldos de las cuentas de los Estados Financieros al 31 de diciembre del año que se declara, ajustados a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC) y Normas Legales y Reglamentarias del Régimen Tributario.

**Formulario 103: Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta.-** Es la declaración de las Retenciones en la fuente del impuesto a la renta, que se la realiza cada mes, haya o no efectuado la empresa las retenciones por la adquisición de bienes o servicios.

**Formulario 104: Impuesto al Valor Agregado.-** Es la declaración mensual del IVA, por concepto de las ventas y compras de bienes y/o servicios que se realiza con tarifa 12% y/o tarifa 0%.

## **2.6. Situaciones legales**

*Montero (2005, pág. 16), dice: “Desde el momento que nace la idea de emprender una actividad económica, es importante analizar factores que inciden en su funcionamiento y desarrollo, tales como el tipo de organización, los medios con que cuenta, la*

*localización de su sede y sobre todo la forma jurídica que regirá los destinos en la vida de la sociedad”*

La empresa debe estar legalmente constituida, en la que sea el propietario quien decida quien administrará el restaurant y deberá ser quien asuma todos los deberes y las obligaciones que se vayan dando en el transcurso de su funcionamiento. Esto implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan sólo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre, tanto capital como patrimonio.

*Gómez (2012, pág 8), menciona: “En la empresa se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción.*

- a) Favorece el progreso humano “como finalidad principal” al permitir dentro de ella la autorrealización de sus integrantes.
- b) Favorece directamente el avance económico de un país.
- c) Armoniza los numerosos y divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

La importancia de la empresa se encuentra en que se debe inculcar valores en los empleados con el fin de intervenir positivamente en la relación cliente-empleado.

### **2.6.1. Requisitos legales de constitución y funcionamiento de la empresa**

*Estado (1998, págs. 53-69), dice: Nuestra empresa es de tipo privado con personería jurídica, su capital proviene de un único dueño y no interviene ninguna partida del presupuesto destinado hacia las empresas del Estado. Los requisitos legales de constitución y funcionamiento de la empresa los detallamos a continuación:*

- **Nombre de la Empresa.-** Se debe seleccionar el nombre de la empresa de forma adecuada que se relacione y sea compatible con el producto y/o servicio que se va a ofrecer; este deberá ser original, descriptivo, llamativo, visible, positivo y agradable para lograr transmitir una idea clara de lo que se pretende vender a los clientes.
- **Escritura Pública.-** Es el documento público que se hace constar ante un Notario Público los actos y contratos de las partes sobre la declaración de voluntad de la realización de la empresa, autorizado por un fedatario público quien dará fe de la capacidad jurídica de los otorgantes, el contenido del mismo y la fecha en que se realizó; documento que estará redactado de acuerdo a las leyes pertinentes.
- **Afiliación a las Cámaras.-** La afiliación a las Cámaras la realizan los empresarios sean estas personas naturales o jurídicas, que desarrollan cualquier actividad productiva, servicio, comercio, entre otros, solicitando voluntariamente su afiliación para obtener servicios preferentes.
- **Patente Municipal.-** La patente Municipal es la inscripción de un negocio en los registros de la Municipalidad, deben obtener la patente todas las personas naturales o jurídicas que deseen iniciar una actividad comercial, empresarial, industrial, entre otros
- **Registro Mercantil.-** Las empresas tienen como obligación de comunicar una serie de información que se considera esencial para el tráfico jurídico, y el Registro Mercantil permite la publicidad de dicha información para mayor seguridad jurídica y económica.
- **Obtención del RUC.-** El Registro Único de Contribuyentes es el padrón tributario al que deben inscribirse todas las personas naturales o jurídicas que ejercen algún tipo de actividad económica, instituciones públicas, organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades naturales o extranjeras; documento que se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas.
- **Obtener Permisos de Funcionamiento.-** Se deben tener los permisos respectivos para el funcionamiento de la empresa, tales como: El Permiso de Funcionamiento que lo emite el Cuerpo de Bomberos a todos los locales enmarcados dentro de su actividad; y el Permiso Sanitario de Funcionamiento que es otorgado por el Ministerio de Salud a través de sus respectivas direcciones provinciales.

- **Inscripción al IESS.-** *La Empresa deberá inscribirse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social como empleador, para garantizar los derechos de los trabajadores a la seguridad social, ya que estos son irrenunciables de acuerdo al Art. 34 de la Constitución de la República del Ecuador y el Art. 4 del Código de Trabajo.*

## 2.7. Empresa

*Buces (2012, pág. 2), dice: “Conjunto de elementos organizados y coordinados por la dirección, orientados a la obtención de una serie de objetivos, actuando bajo condiciones de riesgo.*

*Cavia (2012, pág. 1), enuncia: “La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no.”*

La empresa es la unión de actividades y recursos para alcanzar una serie de objetivos.

### 2.7.1. Importancia de la empresa

*Gómez (2012, pág. 8), menciona: “En la empresa se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción.*

- a) Favorece el progreso humano “como finalidad principal” al permitir dentro de ella la autorrealización de sus integrantes.
- b) Favorece directamente el avance económico de un país.
- c) Armoniza los numerosos y divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

La importancia de la empresa se encuentra en que se debe inculcar valores en los empleados con el fin de intervenir positivamente en la relación cliente-empleado.

### **2.7.2. Administración de empresas**

*Fernández (2009, pág. 5), trata: “Proceso que comprende funciones y actividades laborales que los administradores deben realizar para alcanzar los objetivos de la empresa.”*

Es el conocimiento de las estrategias de un mundo cada vez más competitivo, a través de la teoría administrativa y la práctica de casos nacionales e internacionales.

### **2.8. Estudio de mercado**

*Pelton (2005, pág. 7), menciona: “Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos.”*

Básicamente el estudio de mercado se encarga de analizar el comportamiento de la oferta, la demanda, precios y la parte comercial en un proyecto.

#### **2.8.1. Demanda**

*Urbina (2010, pág. 18), dice: “Es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio así como determinar*

*las posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.”*

Es la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por los consumidores o demandantes.

### **2.8.2. Oferta**

*Urbina (2010, pág. 48), trata: “Es la cantidad de bienes o servicios que en un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue mediante el análisis de oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición de mercado un bien o servicio.”*

Es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer en el mercado a un determinado precio.

### **2.8.3. Punto de equilibrio**

*Zambrano (2012, pág 15), nos habla acerca de: “El punto de equilibrio es el corte de las curvas de oferta y demanda, determinando un precio y una cantidad en que no se pierde ni se gana.”*

### **2.8.4. Estrategias para el producto**

*Lamb & McDaniel (2009, pág. 9), mencionan: “El producto es el bien o servicio que se ofrece y vende a los consumidores. Como Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al producto son:”*

- *Incluir nuevas características y atributos al producto, además incluir nuevos servicios al cliente.*
- *Lanzar una nueva línea y/o marca del producto.*
- *Ampliar nuestra línea de producto.*

El producto o servicio es la razón de ser de una organización o empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes.

### **2.8.5. Estrategias para el precio**

*Lamb & McDaniel (2009, pág. 11), tratan: “El precio es el valor monetario que se asignan a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los demandantes. Algunas estrategias que podemos diseñar son:”*

- *Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para que podamos lograr una rápida penetración, acogida, posicionamiento.*
- *Hacer uso de intermediarios y lograr una mayor cobertura de nuestros productos, o aumentar nuestros puntos de ventas.*
- *Ubicar nuestros productos en todos los puntos de venta habido y por haber.*
- *Ubicar nuestros productos en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos.*
- *Ubicar nuestros productos en un solo punto de venta que sea exclusivo.*

Es el valor monetario que se le da a un producto o servicio. En un mercado de economía perfecta, el precio se establece gracias a las manos invisibles.

### **2.8.6. Estrategias para la plaza o distribución**

*Lamb & McDaniel (2009, pág. 14), nos hablan acerca de: “La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los*

*consumidores, así como persuadir su compra o adquisición. Algunas estrategias que podemos aplicar son:”*

- *Crear nuevas ofertas.*
- *Ofrecer cupones o vales de descuentos.*
- *Obsequiar regalos por las compras.*
- *Ofrecer descuentos por cantidad, o por temporadas.*
- *Crear sorteos o concursos entre clientes.*

Es una estructura de las organizaciones que permite que vía o alternativa es más conveniente para la distribución de un bien o servicio.

### **2.8.7. Estrategias para la promoción**

*Lamb & McDaniel (2009, pág. 18), determinan: “La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir su compra o adquisición. Algunas estrategias que podemos aplicar son:”*

- *Crear nuevas ofertas.*
- *Ofrecer cupones o vales de descuentos.*
- *Obsequiar regalos por las compras.*
- *Ofrecer descuentos por cantidad, o por temporadas.*
- *Crear sorteos o concursos entre clientes.*
- *Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.*
- *Crear boletines tradicionales o electrónicos.*
- *Participar en ferias.*
- *Crear puestos de degustación.*
- *Crear actividades o eventos.*
- *Auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa.*

- *Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.*
- *Crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.*

Son estímulos y acciones dirigidas hacia el público meta con el objetivo de incentivar el consumo y adquisición del bien o servicio.

## **2.9. Estudio técnico**

*Morales (2011, pág. 3), trata: “El objetivo del estudio técnico es determinar la función de producción óptima; es decir los procesos, procedimientos y combinación de medios de producción para la producción del o los bienes y/o servicios que pretende ofrecer el proyecto.”*

El estudio técnico tiene como objetivo identificar como se realizará el bien o servicio identificado en el estudio de mercado. Sirve para hacer un análisis de del proceso de producción de un bien o servicio; incluye aspectos como: inversión, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará las instalaciones y costos de inversión y operación.

### **2.9.1. Tamaño del proyecto**

*Morales (2011, pág. 18), dice: “El tamaño o capacidad de producción del proyecto, tiene una incidencia directa sobre las inversiones, costos y nivel de operación, es decir sobre el flujo de caja, impactando la rentabilidad del proyecto.”*

Es la capacidad de producción instalada del proyecto, también expresa la cantidad de producto o servicio por unidad de tiempo.

### **2.9.2. Valor actual neto (VAN)**

*Urbina (2010, pág. 221), determina: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”*

Es un valor de rentabilidad absoluta que se identifica en el momento inicial del proyecto, tomando en cuenta los flujos de caja y descontando la inversión inicial.

### **2.9.3. Tasa interna de retorno (TIR)**

*Urbina (2010, pág. 224), menciona: “Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero; es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”*

Mide la rentabilidad de la inversión, tomando en cuenta el capital a principio de cada periodo.

### **2.9.4. Costo/beneficio**

*Urbina (2010, pág. 237), trata: “Se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés social. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toman en cuenta criterios sociales.”*

Es una técnica que mide las inversiones teniendo en cuenta de aspectos sociales y medioambientales, que no son considerados en inversiones de aspecto privado o con meramente inversiones con fines de lucro.

### **2.9.5. Recuperación de la inversión**

*Trujillo (2014, pág. 1), dice: “Es el tiempo requerido para que la empresa recupere su inversión inicial, calculado a partir de las entradas de efectivo”*

## **2.10. Evaluación financiera**

*Urbina (2010, pág. 9), establece: “Propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son las TIR y VAN; se anotan sus limitaciones de aplicación y son el principal propósito para determinar la oferta y demanda.”*

Es el análisis que necesita un proyecto con el fin de determinar cuáles son los beneficios, riesgos y ganancias.

### **2.10.1. Contabilidad financiera**

*Colin (2008, pág. 5), dice: “Sistema de información de una empresa orientado hacia la elaboración de informes externos, dado énfasis a los aspectos histórico y a los principios de contabilidad generalmente aceptados.”*

El objetivo de la contabilidad financiera es brindar información acerca de todos los movimientos económicos que realiza la organización.

### **2.10.2. Contabilidad de costos**

*Colin (2008, pág. 8), nos habla acerca de: “La contabilidad de costos es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, controlar, analizar, direccionar, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento.”*

### **2.10.3. Mano de obra**

*Colin (2008, pág. 16), enuncia: “Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.”*

### **2.10.4. Materia prima**

*Colin (2008, pág. 16), trata: “Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados.”*

### **2.10.5. Costos indirectos de fabricación (CIF)**

*Colin (2008, pág. 16), dice: “También llamados gastos de fabricación, gastos indirectos de fábrica, gastos indirectos de producción o costos indirectos, son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas del producto, procesos productivos o centros de costos determinados.*

## **2.11. Planificación estratégica**

*Klotter (2011, pág. 7), trata: “Es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y los recursos de la organización.*

La planificación estratégica se pondrá en marcha cuando se realice el estudio organizacional y administrativo del proyecto.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Presentación**

El mercado de servicios es uno de los principales componentes en un proyecto, por lo que hay que determinar con certeza cada uno de sus componentes.

Este capítulo hace énfasis en el análisis de la demanda, oferta, precios, competencia, entre otros. En lo referente a las actividades gastronómicas de platos a base de pescado y mariscos en la ciudad de Otavalo, perteneciente al cantón Otavalo.

El presente estudio de mercado ayudará a la obtención de información, para establecer si los servicios gastronómicos a ofertarse tendrán o no aceptación; también se puede llegar a determinar la cantidad de consumidores que están dispuestos a adquirir dichos servicios.

En resumen, el estudio de mercado va a determinar la factibilidad del proyecto, tomando en cuenta a la competencia existente, los gustos y preferencias del cliente; determinando sí el sushi será demandado por los posibles clientes, demostrando así una demanda potencial a satisfacer y una oportunidad para la implementación del presente proyecto, entre otros

#### **3.2. Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.2.1. Objetivo general**

Realizar un Estudio de Mercado para determinar la factibilidad de la creación de un sushi bar en la ciudad de Otavalo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

### **3.2.2. Objetivos específicos**

- Realizar el análisis de la oferta para la elaboración y comercialización del producto.
- Identificar el nivel de demanda del producto en la ciudad de Otavalo.
- Identificar los insumos, procedimientos y equipos para la elaboración de sushi.

### **3.3. Identificación del servicio**

El servicio que se ofertará está enfocado en tres principales segmentos de mercado; los habitantes de la ciudad de Otavalo, turistas nacionales y turistas extranjeros, el principal producto que se ofrecerá en este restaurante es el sushi.

El objetivo principal de este restaurante es brindar un producto nutritivo y sano, teniendo en cuenta todos los aspectos respecto a salubridad, decoración y principalmente la excelente atención al cliente.

Los aspectos mencionados anteriormente ayudan a que los comensales se sientan a gusto consigo mismos, su pareja, familia y amigos. Para explicar el objeto de este estudio de factibilidad, a continuación se presentan las características del sushi bar.

#### **3.3.1. Características del servicio**

- **Profesionalismo**

El sushi bar contará con personal calificado que tiene como objetivo principal de supervisar la disposición del trabajo y corregir cualquier situación que pueda repercutir en la razón de ser del negocio, creando así compromiso de brindar un excelente servicio a la población otavaleña y los turistas.

- **Calidad del servicio**

Para que un servicio de comida como es el de los alimentos, sea de calidad debe cumplir con ciertas especificaciones, como ser utilizado para lo que se delineó, con procedimientos técnicos y operativos, optimación en el servicio, que creé satisfacción en las necesidades de los clientes tanto internos como externos.

- **Satisfacción del cliente**

El brindar precios de acuerdo a la capacidad de pago de nuestros clientes, será una de las principales características de este restaurante y en conjunto con la calidad y atención, buscar fascinar al cliente con el servicio ofertado.

- **Seguridad**

La seguridad involucra confiabilidad, que a su vez contiene integridad y honestidad, es decir que no sólo es importante el cuidado de los intereses del restaurante, sino que también la organización debe demostrar su preocupación por los clientes, para dar así una mayor satisfacción a los mismos.

- **Higiene**

El servicio de limpieza estará disponible en el horario lugar que requieran los clientes, incluyendo un ayuda adicional como es el servicio a domicilio.

- **Accesibilidad**

Se refiere a la facilidad de acceso que tendrá el cliente, así también a la ruta más óptima para la llegada de los insumos

### 3.4. Matriz de relación de estudio de mercado

#### Cuadro N° 4

#### Matriz de relación de estudio de mercado

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Realizar el análisis de la oferta para la elaboración y comercialización del producto	Oferta	-Volumen de Ventas	Primaria	Encuesta	Comercializadores de pescado por mayor
		- Disponibilidad de Materia Prima.	Primaria	Encuesta	Comercializadores de pescado por mayor
		-Precios	Primaria	Encuesta	Comercializadores de pescado por mayor
		-Competencia Directa	Primaria	Observación Directa	Suiton Sushi Ibarra
		-Competencia Indirecta	Primaria	Encuesta	Población Otavalo, Turistas Nacionales y extranjeros.
Identificar el nivel de demanda del producto en la ciudad de Otavalo.	Demanda	- Nivel Aceptación.	Primaria	Encuesta	Población Otavalo, Turistas Nacionales y extranjeros.
		-Precio.	Primaria	Encuesta	Población Otavalo, Turistas Nacionales y extranjeros.
		-Forma de pago	Primaria	Encuesta	Población Otavalo, Turistas Nacionales y extranjeros.
		-Servicio.	Primaria	Encuesta	Población Otavalo, Turistas Nacionales y extranjeros.
		-Gustos y Preferencias.	Primaria	Encuesta	Población Otavalo, Turistas Nacionales y extranjeros.
		-Tiempo	Primaria	Encuesta	Población Otavalo, Turistas Nacionales y extranjeros.
Identificar los insumos, procedimientos y equipos para la elaboración de sushi.	Insumos y Equipos	-Ingredientes	Primaria	Entrevista	Chef Swissotel
		-Procesos de elaboración	Primaria	Entrevista	Chef Swissotel
		-Costos	Primaria	Entrevista	Chef Swissotel
		- Abastecimiento de Insumos.	Primaria	Entrevista	Chef Swissotel

### **3.5. Mecánica operativa**

#### **3.5.2. Investigación de campo**

- Se aplicó una encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Otavalo y a los turistas nacionales y extranjeros, para lo cual tomó en cuenta la Población Económicamente Activa y el Plan Estratégico de Imbabura.
- Con el fin de obtener datos reales se aplicó una encuesta a los comercializadores de pescado y mariscos en la ciudad de Ibarra.
- Se realizó una entrevista al chef del hotel Swissotel.
- Se efectuó una entrevista a los tres restaurantes de mariscos más representativos de Otavalo con el fin de conocer la oferta actual.
- Se aplicó una ficha de observación a Supermaxi con el objetivo de conocer la cantidad y precio del salmón.
- Y por último se realizó una ficha de observación al sushi bar Suiton Sushi con el objetivo de determinar precios, promociones, distribución en planta y atención al cliente.

#### **3.6. Segmento de mercado**

El mercado objetivo para el cual está dirigido el servicio es para los habitantes de Otavalo comprendidos en edades entre los 15 y 49 años y a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad. Los datos estadísticos de la población y los turistas se tomaron del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE) y el Plan Estratégico 2011-2015 respectivamente.

#### **3.7. Marco muestral o universo**

La población definida para la investigación de acuerdo al segmento de mercado obtenido anteriormente es de 44.458 entre habitantes de la ciudad y turistas nacionales y extranjeros de los cuales se obtuvo una muestra de 380 personas a través del muestreo.

### 3.8. Tamaño de la muestra

Para este proyecto la población es finita por lo que se utilizó un margen de error del 5%.

$n$  = Tamaño de la muestra.

$N$  = Tamaño de la población.

$S^2$  = Varianza.

$Z$  = Constante nivel de confianza.

$e$  = Nivel de error.

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

$$n = \frac{(44458) * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(44458 - 1) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{(42679.68)}{(112.10)}$$

$$n = 380$$

### 3.9. Estructura de la muestra

*Cuadro N° 5*

*Estructura de la muestra*

<b>Detalle</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Muestra</b>
Población – 15 a 29 años	14.196	32%	122
Población – 30 a 49 años	12.262	28%	106
Turistas Nacionales	10.800	24%	91
Turistas Extranjeros	7.200	16%	61
<b>Total</b>	<b>44.458</b>	<b>100%</b>	<b>380</b>

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

### 3.10. Tabulación y procesamiento de información

#### 1. ¿Le gusta consumir pescado y mariscos?

##### *Cuadro N° 6*

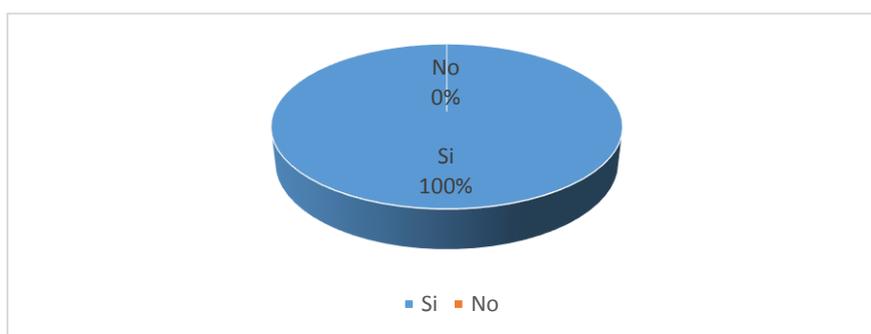
##### *Consumo de pescado y mariscos*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	380	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	380	100%

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

##### *Gráfico No 1*

##### *Consumo de pescado y mariscos*



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

#### **ANÁLISIS:**

El análisis de los resultados de la encuesta aplicada a la población otavaleña, demuestra que el total de los encuestados consumen pescados y mariscos como parte de su dieta alimenticia. Esta pregunta se constituye en referente para determinar los gustos y preferencias en cuanto se refiere a tendencias gastronómicas.

## 2. ¿Con qué frecuencia visita usted un restaurante?

### Cuadro N° 7

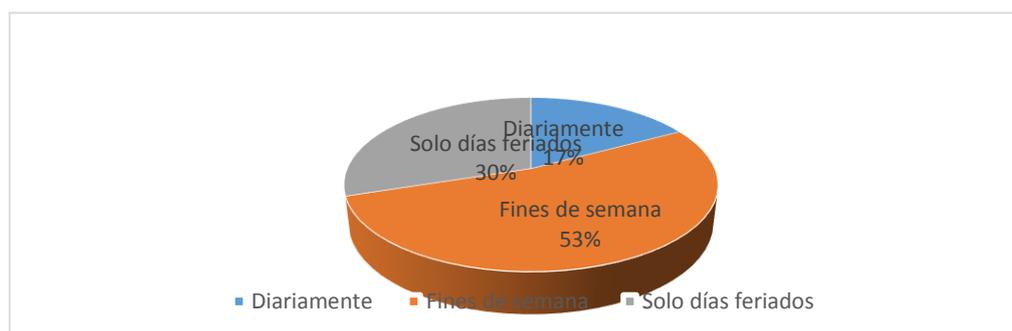
#### Frecuencia de visita a restaurantes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre semana(Martes-Jueves)	65	17%
Fines de semana(Viernes y Sábado)	201	53%
Solo días feriados	114	30%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### Gráfico No 2

#### Frecuencia de visita a restaurantes



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### ANÁLISIS:

Cada vez es más común que las familias, o personas con horarios ajustados de trabajo frecuenten lugares o sitios de comida preparada. Como se puede apreciar en el gráfico, la mayor parte de personas encuestadas visitan los sitios que ofertan gastronomía los fines de semana y feriados debido a que disponen de más tiempo. Con este análisis se pueden realizar las respectivas proyecciones financieras para identificar la periodicidad de visita.

### 3. ¿Con quién frecuenta los restaurantes?

*Cuadro N° 8*

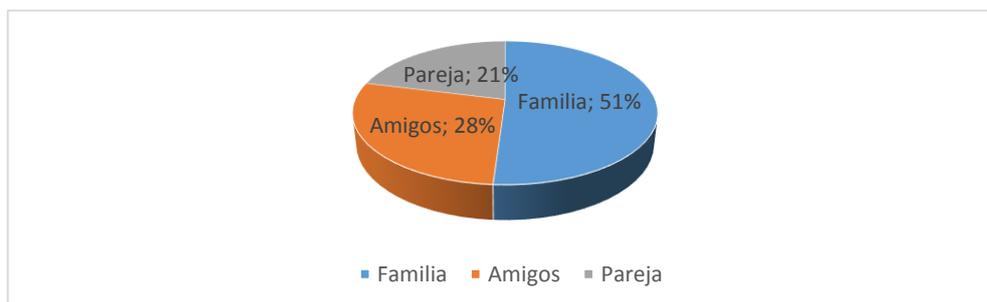
#### *Compañía de la demanda*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familia	194	51%
Amigos	106	28%
Pareja	80	21%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

*Gráfico No 3*

#### *Compañía de la demanda*



Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

### ANÁLISIS:

En el estudio realizado se pudo determinar, que un gran porcentaje de personas encuestadas suelen salir a comer fuera de casa en compañía de su familia y amigos. Esta variable analizada sirve de base para la distribución de mesas y demás implementos que se requerirá para el futuro proyecto.

#### 4. ¿Qué tipo de restaurante prefiere visitar?

##### *Cuadro N° 9*

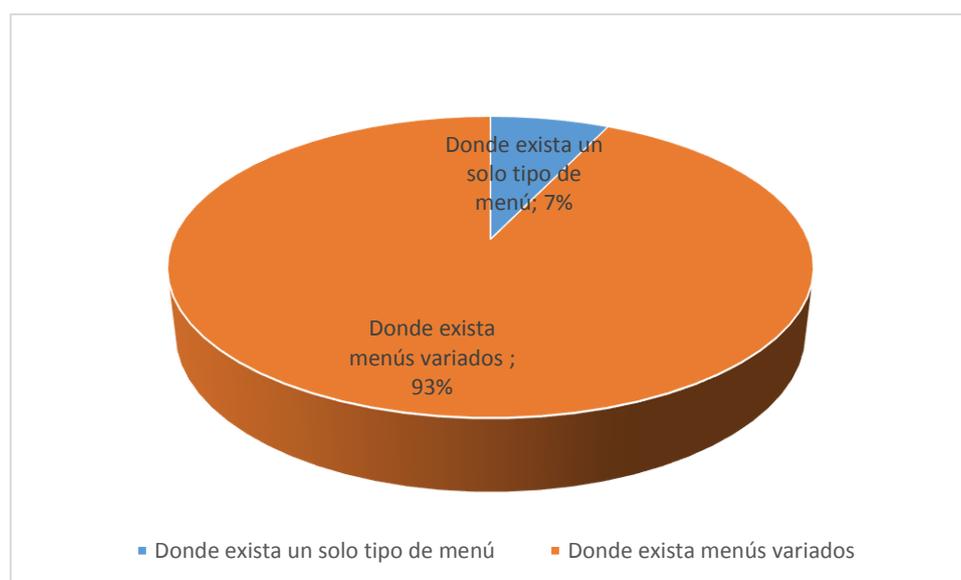
##### *Tipo de restaurantes*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Donde exista un solo tipo de menú	27	7%
Donde exista menús variados	353	93%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

##### *Gráfico No 4*

##### *Tipo de restaurantes*



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

#### **ANÁLISIS:**

Esta pregunta demuestra que la mayoría de los encuestados les gusta disfrutar de una oferta gastronómica variada que ayuda a cumplir con los deseos y expectativas de los clientes, la oferta única solamente para ocasiones especiales.

## 5. ¿Qué es lo que más valora en un restaurante?

### Cuadro N° 10

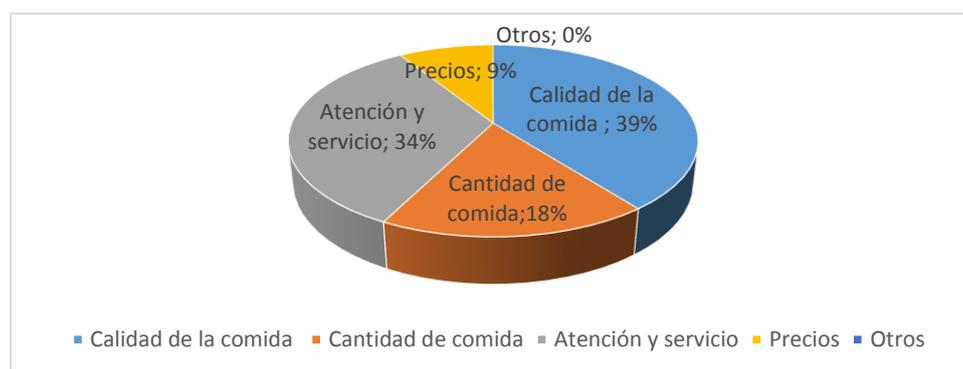
#### Preferencia del servicio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad de la comida	148	39%
Cantidad de comida	68	18%
Atención y servicio	129	34%
Precios	35	9%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### Gráfico No 5

#### Preferencia del servicio



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

## ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis realizado a las personas encuestadas, se puede observar que lo que más valoran es la calidad de la comida, seguido de la atención y servicio. Esta variable investigada provee información para identificar preferencia en cuanto a servicio de restaurante.

## 6. ¿Qué tipo de platillos prefiere servirse en un restaurante?

*Cuadro N° 11*

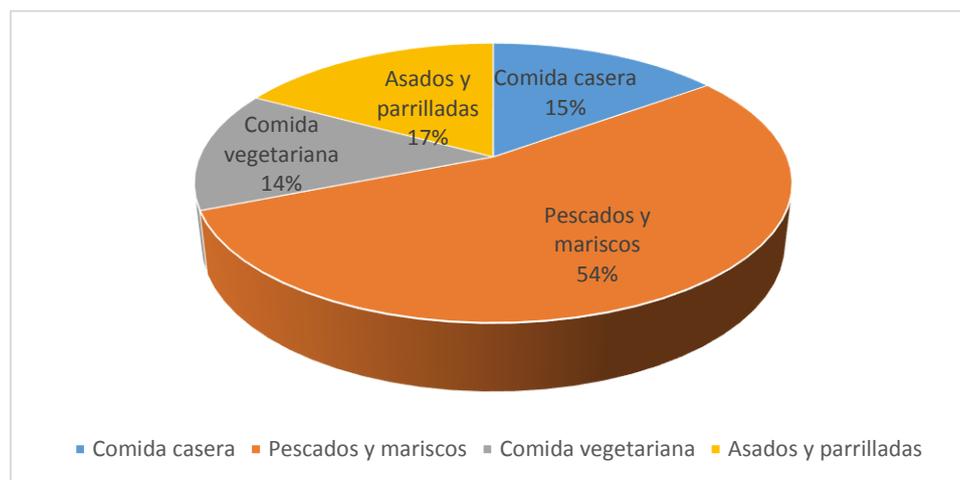
### *Tipos de alimentos*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comida casera	57	15%
Pescados y mariscos	205	54%
Comida vegetariana	53	14%
Asados y parrilladas	65	17%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

*Gráfico No 6*

### *Tipos de alimentos*



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

## **ANÁLISIS:**

Las preferencias de los encuestados al momento de elegir qué tipo de alimentos desean consumir son los pescados y mariscos con una aceptación mayoritaria en la ciudad de Otavalo, lo que demuestra que los posibles clientes tienen una dieta a base de estos productos, esta variable investigada sirve para la implementación del proyecto.

## 7. ¿Cuánto dinero destina para comida en restaurantes en la semana por familia?

### Cuadro N° 12

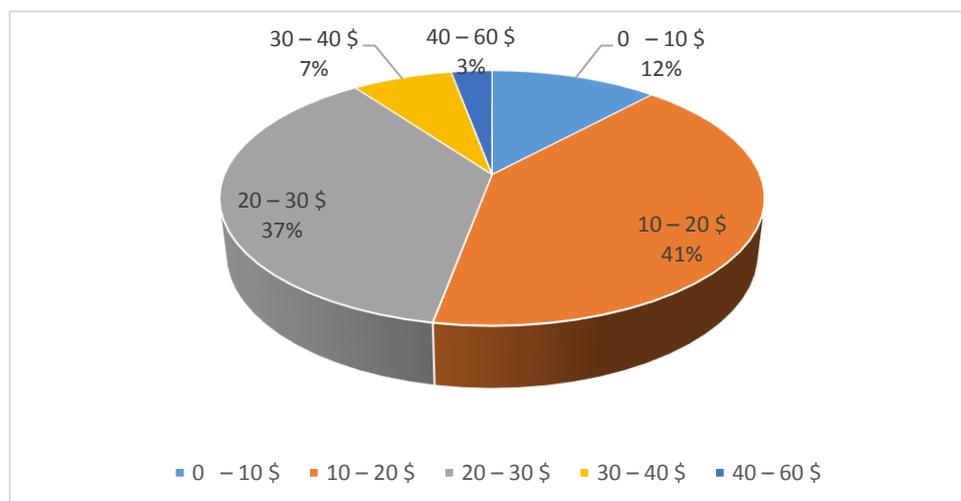
#### Inversión en alimentación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 – 10 \$	45	12%
10 – 20 \$	156	41%
20 – 30 \$	141	37%
30 – 40 \$	27	7%
40 – 60 \$	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### Gráfico No 7

#### Inversión en alimentación



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### ANÁLISIS:

El gráfico indica que la mayor parte de la población destina precios promedios entre 10 y 20 dólares para su alimentación y la de su familia, esto indica que la oferta gastronómica del proyecto deberá adecuarse según al rango de mayor preferencia del gasto discrecional de las familias.

## 8. ¿Estaría dispuesto/a ha asistir a un restaurante que oferte sushi en la ciudad Otavalo?

### Cuadro N° 13

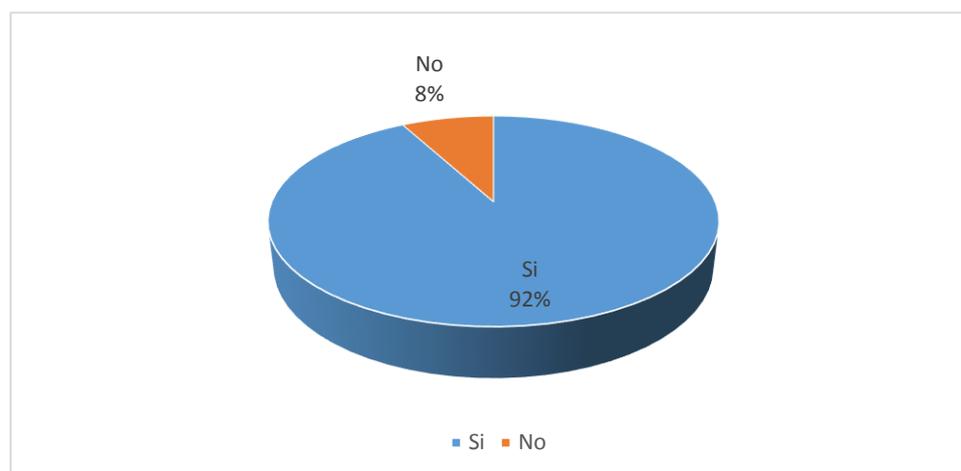
#### Nivel de aceptación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	350	92%
No	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### Gráfico No 8

#### Nivel de aceptación



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### ANÁLISIS:

La encuesta revela que existe una alta potencialidad en la asistencia a un sushi bar, para degustar platillos que se oferten en este, esto confirma la aceptación probable que tendrá la demanda gastronómica del proyecto

**9. ¿Le gustaría que exista una fusión de los platillos japoneses con productos ecuatorianos?**

**Cuadro N° 14**

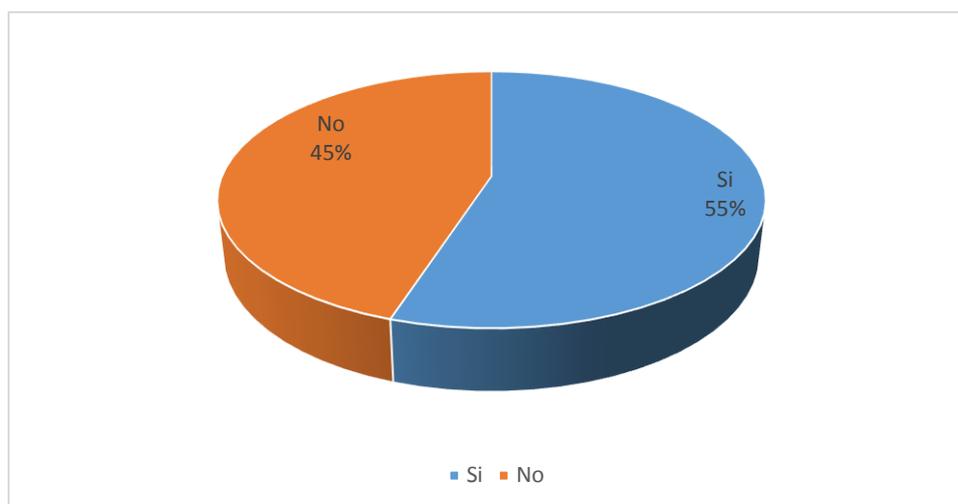
*Nivel de aceptación de platos japoneses-ecuatorianos*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	193	55%
No	157	45%
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

**Gráfico No 9**

*Nivel de aceptación de platos japoneses-ecuatorianos*



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

**ANÁLISIS:**

La fusión sería una alternativa para aumentar la variedad del menú, según el gráfico, muestra que la población muestral se encuentra dividida respecto a la implementación de productos ecuatorianos en el sushi. Esta pregunta revela cómo se debe presentar la oferta gastronómica en el sushi bar.

## 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de sushi (1 rollito)?

### Cuadro N° 15

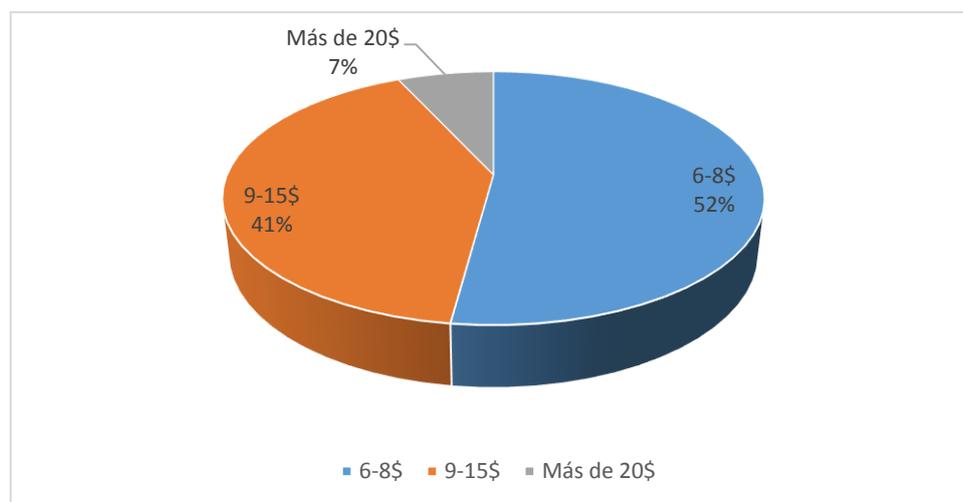
#### Capacidad de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6-8\$	182	52%
9-15\$	144	41%
Más de 20\$	24	7%
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### Gráfico No 10

#### Capacidad de pago



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### ANÁLISIS:

Como muestra el gráfico la mayor parte de la población está dispuesta a pagar por un rollito de sushi entre 6 y 8 dólares, este precio se tomará para realizar la comparación de precio con la oferta existente. Este precio se tomará de referencia únicamente, ya que el precio real será del análisis de costos en el estudio financiero.

## 11. ¿Qué le gustaría que se oferte para acompañar al sushi?

*Cuadro N° 16*

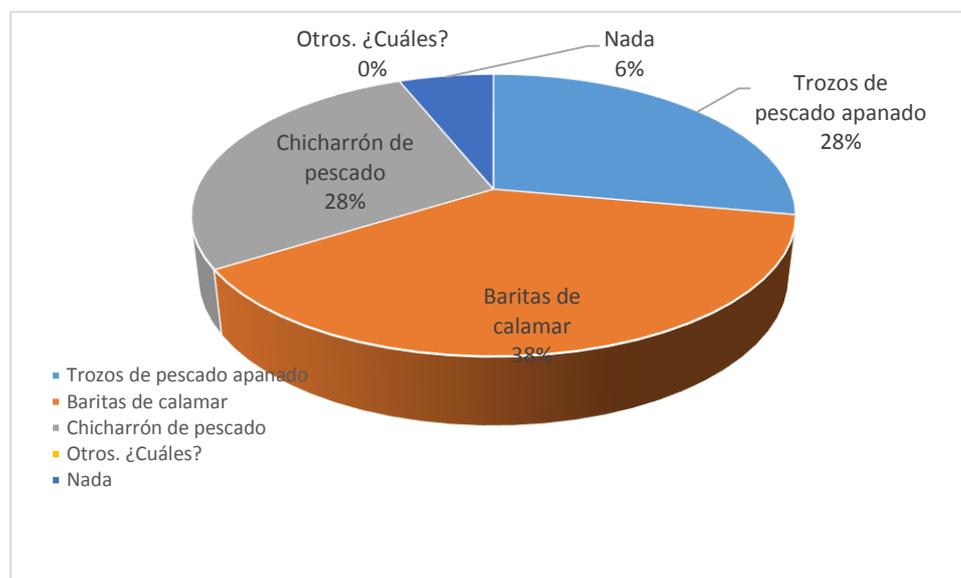
### *Alimentos adicionales*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trozos de pescado apanado	98	28%
Baritas de calamar	133	38%
Chicharrón de pescado	98	28%
Otros. ¿Cuáles?	0	0%
Nada	21	6%
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

*Gráfico No 11*

### *Alimentos adicionales*



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### **ANÁLISIS:**

Esta pregunta revela que las alternativas de mayor preferencia para acompañar al sushi son trozos de pescado apanado, baritas de calamar, chicharrón de pescado. Con esta información se puede ofertar productos alternativos los mismos que generen ingresos adicionales para el sushi bar.

## 12. ¿Qué servicio adicional desearía que le brinde este restaurante?

### Cuadro N° 17

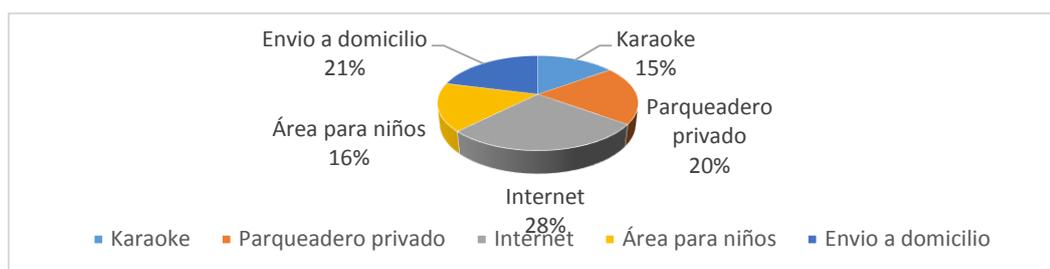
#### Servicios adicionales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Karaoke	53	15%
Parqueadero privado	70	20%
Internet	98	28%
Área para niños	56	16%
Envío a domicilio	73	21%
<b>TOTAL</b>	350	100%

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### Gráfico No 12

#### Servicios adicionales



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### ANÁLISIS:

A través de esta pregunta se puede evidenciar que los servicios adicionales que la población otavaleña desearía que se ofrezcan en el sushi bar son internet, parqueadero privado y envío a domicilio. Con esta información se tendrá una referencia clara de las adecuaciones que se deberán realizar en la infraestructura del proyecto.

### 13. ¿Cómo desearía realizar el pago de lo que usted consumiría en el Sushi-bar?

#### Cuadro N° 18

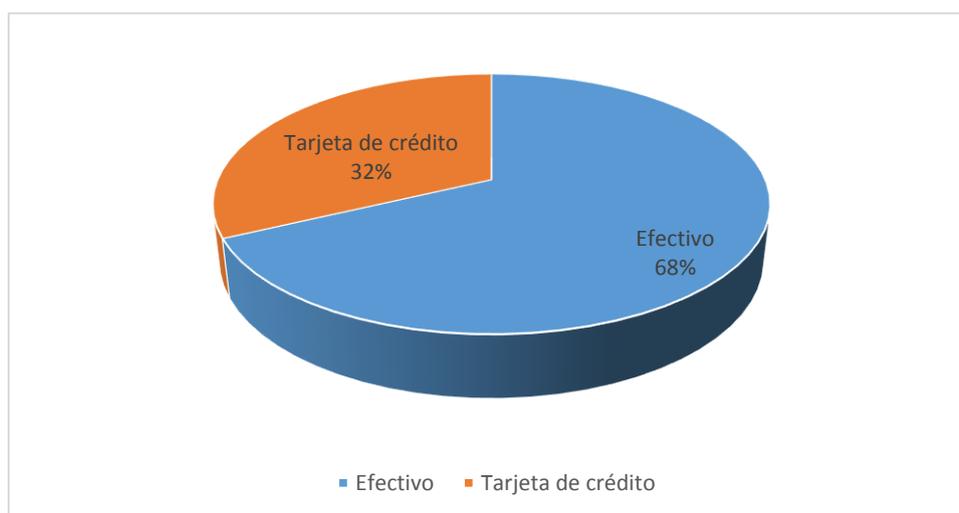
#### Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	238	68%
Tarjeta de crédito	112	32%
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

#### Gráfico No 13

#### Forma de pago



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

#### ANÁLISIS:

En cuanto se refiere a la forma de pago existe un porcentaje alto que prefiere pagar en efectivo y los que prefieren pagar con tarjeta de crédito son parte de un grupo de consumidores que hoy en día manejan el dinero plástico y realizan transacciones electrónicas por comodidad e incluso por seguridad, para no llevar altas cantidades de dinero cuando frecuenta este tipo de lugares..

**14. ¿Conoce otros lugares donde se expendan comida japonesa como el sushi en la provincia de Imbabura?**

*Cuadro N° 19*

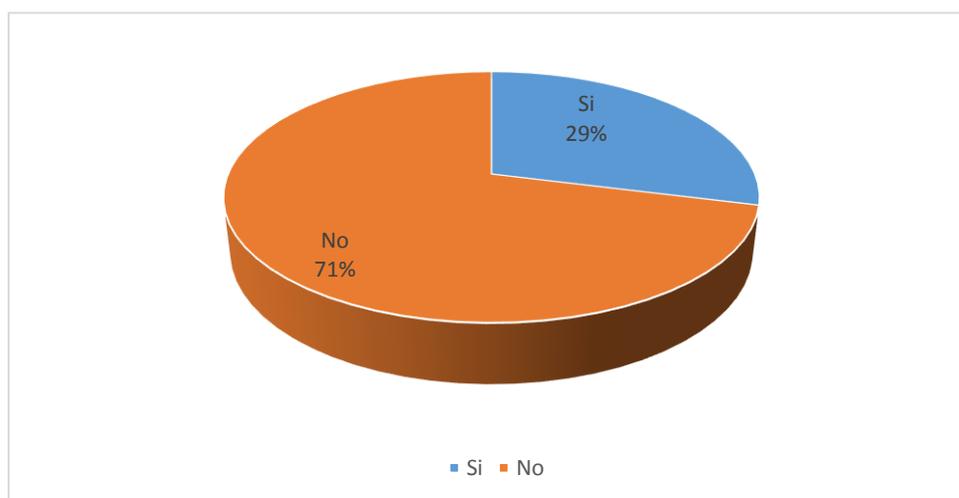
*Competencia*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	102	29%
No	248	71%
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

*Gráfico No 14*

*Competencia*



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

**ANÁLISIS:**

La presente pregunta muestra que aunque la mayoría de encuestados no conoce otro lugar donde se expendan comida japonesa en la ciudad de Otavalo, existe en otras ciudades como Quito e Ibarra. Con esta información se puede identificar que no existe oferta directa en la ciudad de Otavalo por lo cual la implementación de este proyecto tiene una alta probabilidad de insertarse en el mercado.

### 15. ¿Qué promociones le gustaría que se aplique en el Sushi bar?

*Cuadro N° 20*

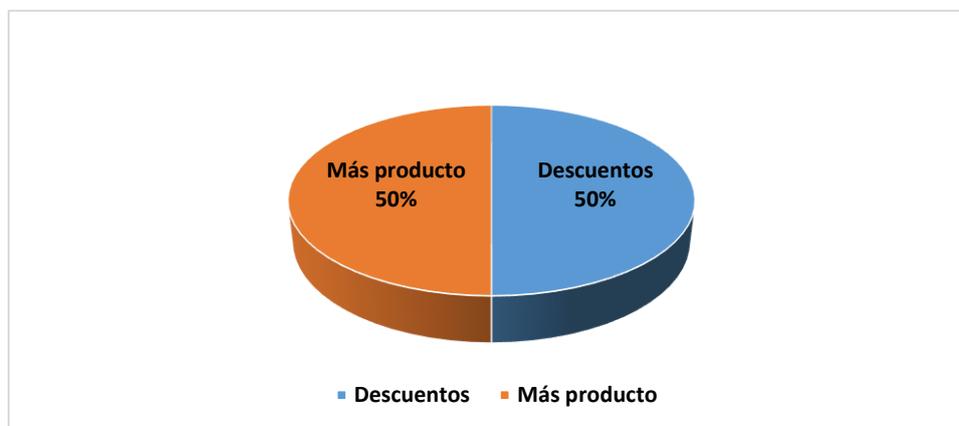
*Promociones*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	175	50%
Más producto	175	50%
<b>TOTAL</b>	350	100%

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

*Gráfico No 15*

*Promociones*



Autor: Alexander Herrera Año: 2014

### ANÁLISIS:

En esta pregunta se puede verificar que la población encuestada prefiere tanto descuentos como promociones con la entrega de producto adicional. Con esta información se pueden plantear estrategias de publicidad y promoción para el sushi bar.

### 3.11. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es de gran importancia para el desarrollo del presente proyecto, ya que mediante ésta se puede establecer la cantidad y calidad de servicios que ofrece el mercado, con sus respectivos precios; que pueden ser obtenidos por el usuario.

#### 3.11.1. Demanda actual

##### *Cuadro N° 21*

##### *Total demanda de consumo*

Universo	44.458
% de aceptación	92%
Subtotal	40901
% de frecuencia de consumo (Entre semana y fines de semana)	70%
Total Demanda	28.630

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

#### 3.11.2. Proyección de la demanda

Por falta de datos históricos se proyectará la demanda valiéndose del método de crecimiento exponencial, para lo cual la tasa de crecimiento del cantón Otavalo es del 1.95% fuente INEC 2010. La fórmula a aplicar es la siguiente:

$$D_n = D_0 (1+i)^n$$

**Donde:**

**D<sub>n</sub>** = Demanda Futura

**D<sub>o</sub>** = Demanda determinada en las encuestas

**i** = Tasa de Crecimiento

**n** = Año Proyectado

Para establecer la demanda del sushi se tomó en cuenta los siguientes datos:

***Cuadro N° 22***

***Parámetros***

PARÁMETROS	VALOR
Demanda	28.630
Tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Otavalo	0.0195
Tiempo de demanda a proyectar	5 años

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

***Cuadro N° 23***

***Demanda proyectada del sushi***

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2015	29.188
2016	29.757
2017	30.337
2018	30.928
2019	31.531

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

### **3.12. Análisis de la oferta**

Según la investigación realizada no existe ningún restaurante que ofrezca sushi u otro platillo japonés en la ciudad de Otavalo, pero existe un gran número de restaurantes que ofrece platillos a base de pescados y mariscos tales como: cevicherías y chifas.

#### **3.12.1. Instrumentos de información primaria aplicados a la oferta**

### **3.13. Entrevista dirigida a los propietarios de las cevicherías y chifas.**

Por falta de datos históricos para la proyección de la oferta, se determinó en realizar una entrevista a estos restaurantes con el fin de conocer el número de clientes que visitan estos lugares y los tipos de platillos que más se venden en los restaurantes.

Estas entrevistas se aplicarán a los tres restaurantes especializados en pescados y mariscos más representativos de la ciudad de Otavalo, esta información se la obtuvo del Plan Estratégico de Turismo 2011-2015. Estos restaurantes son:

- Cevichería Quito
- Los Ceviches de Leo
- Chifa Cantón

Por esto se procedió a entrevistar a los propietarios, obteniendo la siguiente información:

#### **3.13.1. Entrevista dirigida al chifa Cantón**

**Nombre:** Zhi Tian Guo Lee

**Ocupación:** Propietario

**Dirección:** Oviedo entre Roca y Bolívar

**Fecha:** 19 de Junio del 2014

**1. ¿Qué tipo de menús prefieren los clientes consumir en este restaurante?**

Prefieren los menús a base de camarón y carnes (res, pollo, cerdo), hablando de los platillos que más se venden aquí son: el chaulafán, chop suey y el mixto.

**2. ¿Cuántos clientes visitan al mes este restaurante?**

En promedio serían unos 300 a 400 clientes al mes

**3.13.2. Entrevista dirigida a la cevichería Quito****Datos Informativos**

**Nombre:** Iván Patricio Valencia

**Ocupación:** Propietario

**Dirección:** Panamericana Sur y Atahualpa

**Fecha:** 19 de Junio del 2014

**1. ¿Qué tipo de alimentos prefieren los clientes consumir en este restaurante?**

El plato que más sale es el encebollado que contiene principalmente la albacora y depende si el comensal quiere con atún, entonces el costo del encebollado aumenta. También se vende mucho el arroz y ceviche de camarón, nosotros hemos aumentado la variedad de platillos tales como secos de carne y pollo, churrascos, apanados, guatita.

**2. ¿Cuántos clientes visitan al mes este restaurante?**

Acerca de 700 a 800 personas al mes, esto se debe al aumento de platillos en el menú.

### **3.13.3. Entrevista dirigida a la cevichera los ceviches de Leo**

#### **Datos Informativos**

**Nombre:** Leonel Veloz

**Ocupación:** Propietario

**Dirección:** Mercado 24 de Mayo

**Fecha:** 19 de Junio del 2014

#### **1. ¿Qué tipo de alimentos prefieren los clientes consumir en este restaurante?**

Prefieren principalmente los encebollados y los ceviches tanto de camarón como de concha.

También sale el cangrejo y el sancocho de bagre

#### **2. ¿Cuántos clientes visitan al mes este restaurante?**

Acerca de 1500 personas al mes, esto se debe al aumento de platillos en el menú.

#### **ANÁLISIS:**

Los pescados y mariscos son muy demandados en la población otavaleña, lo que se ve a simple a vista en las visitas de los comensales que realizan a estos lugares, que dan una visita promedio por mes de 800 clientes; esto demuestra que existe mucha demanda de estos platillos.

### **3.13.4. Entrevista dirigida al chef de Swissotel**

**Nombre:** Ana Bravo

**Ocupación:** Asistente de Chef

**Fecha:** 3 de Junio del 2014

#### **1. ¿Cuáles son los ingredientes básicos para elaborar el sushi?**

Alga nori, arroz de sushi, pescado marisco depende de que se quiera hacer los rollos de sushi es importante servir con una porción de wasabi.

#### **2. ¿Qué tipos de pescado son los más apropiados para la elaboración de sushi?**

El atún y el salmón porque son más resistentes a la proliferación de bacterias

#### **3. ¿Cuál es el proceso básico para la elaboración del sushi?**

- Al principio deberemos hacer la mezcla para el arroz. Para ello mezclaremos vinagre de arroz y azúcar en una proporción de 3 a 1.
- Colocamos una taza de arroz en un cernidor y la mantendremos bajo el grifo del agua hasta que el arroz pierda el almidón. Es de suma importancia dejar enfriar completamente el arroz antes de continuar.
- Extendemos la esterilla (makisu) y la cubrimos con film de plástico, sobre el que colocaremos una lámina de alga nori, por cualquier cara de la misma, en la parte central de la esterilla, sin que el nori ocupe toda la superficie.
- Esparciremos el arroz de manera uniforme, sobre el nori, usando las manos. Depositaremos el relleno de nuestro sushi, cortado en finas tiras (sushizu).
- Tomamos la parte inferior de la esterilla y envolvemos los ingredientes y el arroz con ella. A medida que vamos enrollando la mezcla vamos prensando suavemente para que el preparado sea más compacto

**4. ¿Se requiere algún equipo especial para la elaboración del sushi?**

Si, el más importante es la esterilla ya que con esta herramienta enrollamos el sushi, también utilizamos cuchillos especiales para realizar el sushizu; estos tipos son el santoku, yanagi y deba.

**5. ¿Cuáles son los costos promedio para la elaboración de un rollo de sushi?**

Primeramente depende del sitio donde los compres, he oído que aquí (Quito) existe lugares que expenden productos para cocina japonesa. No solamente para el sushi sino también para dangos y ramen. Imagino que en estos lugares es menos costoso que un supermercado.

**6. ¿De acuerdo a su experiencia en qué lugares se puede conseguir los insumos y equipos para elaborar sushi?**

Como te lo explique anteriormente, si se desea ir a la segura en Megamaxi consigues todos los equipos, ingredientes e insumos para la elaboración del sushi.

**ANÁLISIS:**

Con respecto a los ingredientes y preparación del sushi es sumamente complejo, ya que utiliza insumos que no se pueden conseguir fácilmente y la elaboración de este platillo necesita cierta destreza por lo que posteriormente se necesitará de personal calificado.

### 3.13.5. Ficha de observación dirigida a Supermaxi en la ciudad de Ibarra

#### *Cuadro N° 24*

#### *Salmón*

<b>MARCA</b>	<b>PESO (gr)</b>	<b>PRECIO (dólares)</b>
South Wind	400 gr	16.24
Terranova	500 gr	21.77
Terranova	200 gr	5.75
Salmón Supermaxi	1.000 gr	19.09

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

#### **ANÁLISIS:**

Por falta de datos históricos se procedió a realizar una ficha de observación para conocer los precios y peso del salmón, ya que no se expende en los mercados mayoristas de Otavalo e Ibarra. Dando como conclusión que el costo del salmón es elevado lo que dará como consecuencia el alza del costo del sushi. Según el estudio realizado el único lugar donde se expende este producto es SUPERMAXI.

### 3.13.6. Encuesta dirigida a los comercializadores de pescado por mayor

#### 1. ¿Qué cantidad de pescado en promedio vende a la semana?

*Cuadro N° 25*

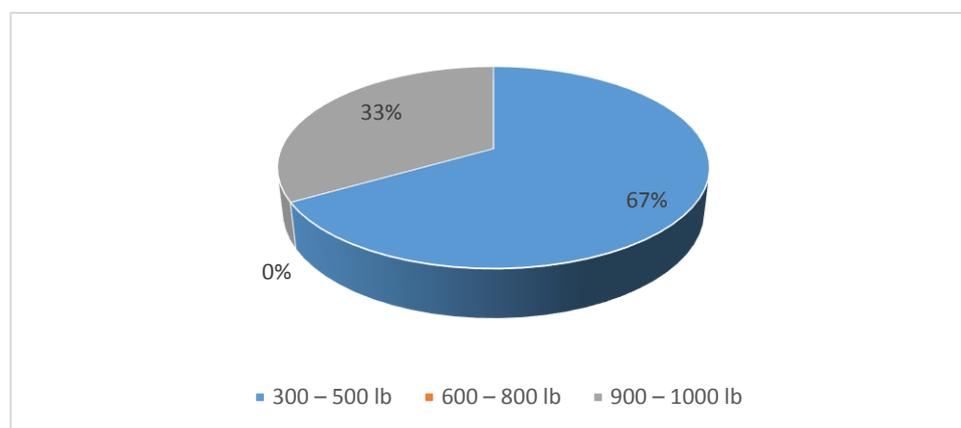
#### *Cantidad ofertada de atún*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
300 – 500 lb	2	67%
600 – 800 lb	0	0%
900 – 1000 lb	1	33%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

*Gráfico No 16*

#### *Cantidad ofertada de atún*



Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

#### **ANÁLISIS:**

Existe una gran cantidad de atún que llega a la ciudad cada jueves, proveniente de las playas de Esmeraldas y el norte de Manabí, lo que da como resultado que no exista desabastecimiento del producto para la preparación del sushi.

**2. ¿Qué cantidad de mariscos (camarón, cangrejo, calamar, pulpo) en promedio vende a la semana?**

**Cuadro N° 26**

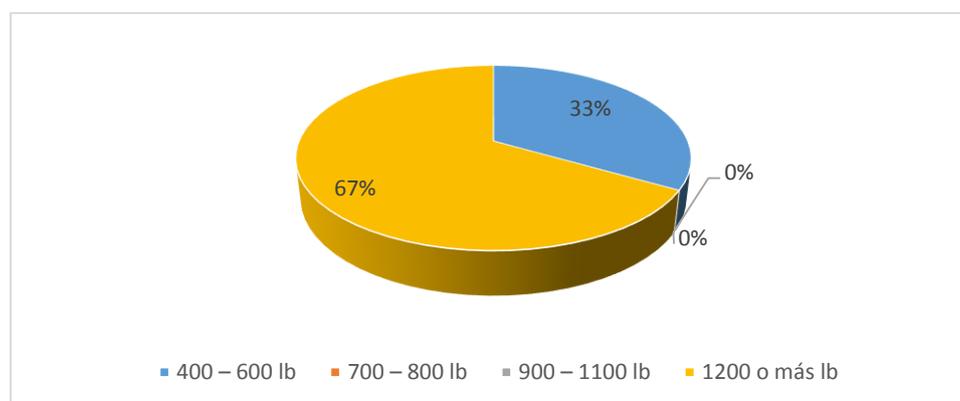
**Cantidad ofertada de camarón**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
400 – 600 lb	1	33%
700 – 800 lb	0	0%
900 – 1100 lb	0	0%
1200 o más lb	2	67%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Gráfico No 17**

**Cantidad ofertada de camarón**

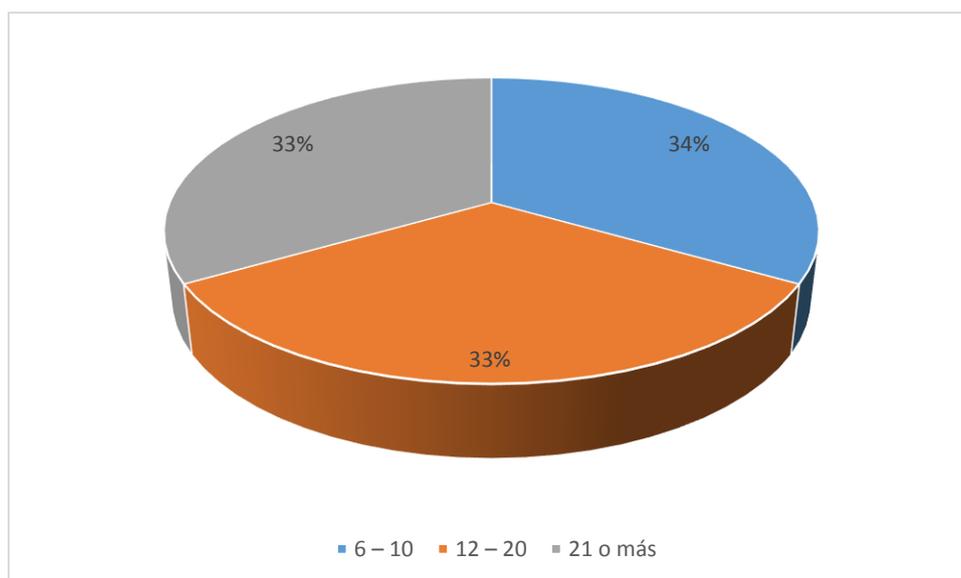


Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Cuadro N° 27****Cantidad ofertada de cangrejos (sarta)**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6 – 10	1	33,33%
12 – 20	1	33,33%
21 o más	1	33,33%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

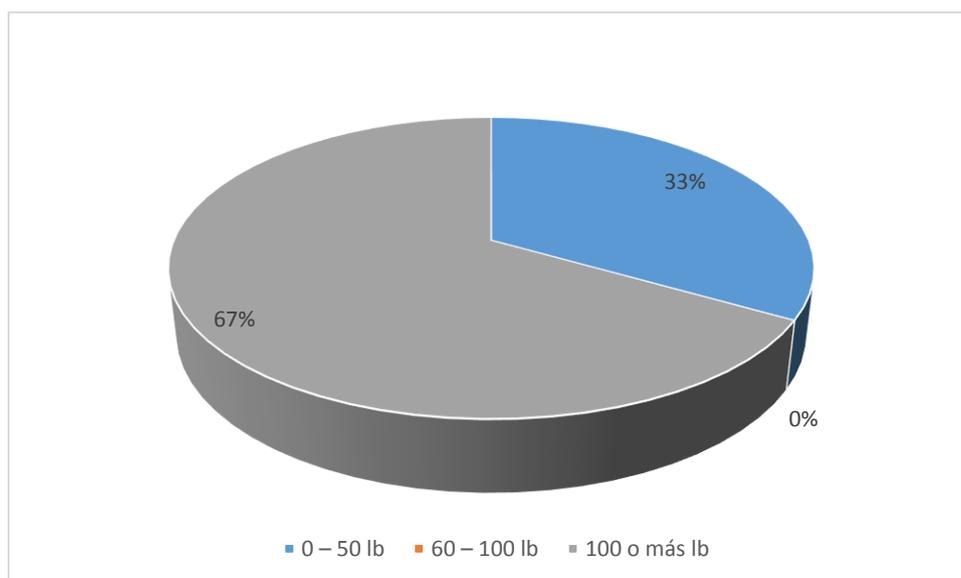
**Gráfico No 18****Cantidad ofertada de cangrejos (sarta)**

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Cuadro N° 28*****Cantidad ofertada de calamar***

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 – 50 lb	1	33%
60 – 100 lb	0	0%
100 o más lb	2	67%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

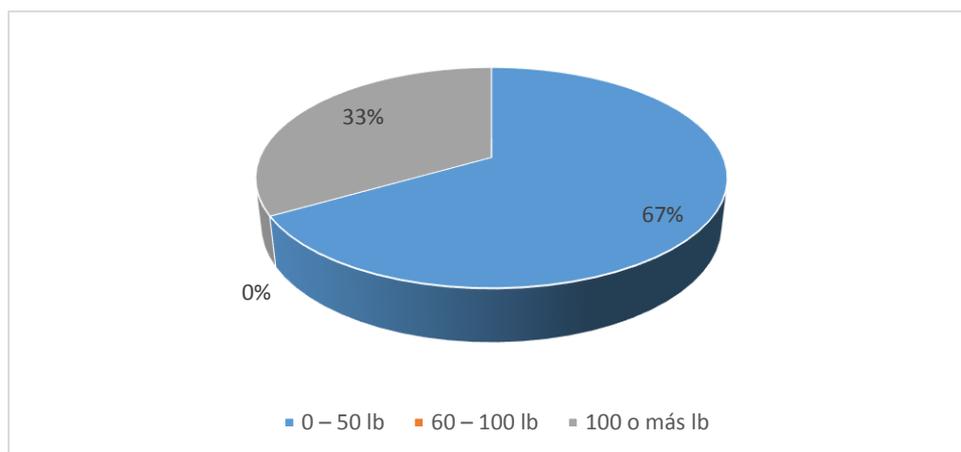
**Gráfico No 19*****Cantidad ofertada de calamar***

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Cuadro N° 29****Cantidad ofertada de pulpo**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 – 50 lb	2	67%
60 – 100 lb	0	0%
100 o más lb	1	33%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Gráfico No 20****Cantidad ofertada de pulpo**

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**ANÁLISIS:**

Con respecto a los mariscos, específicamente de los camarones, pulpo, calamar los comercializadores traen semanalmente grandes cantidades; sin preocuparse por la disponibilidad del producto ya que actualmente existen criaderos de estos mariscos excepto los cangrejos por lo que este marisco tienen veda de febrero a abril, veda que es regulada por el MAGAP en todo el país, esta veda ocasionaría que el sushi a base de cangrejo sea escaso o inexistente.

### 3. ¿Cuáles son los precios de los siguientes productos?

*Cuadro N° 30*

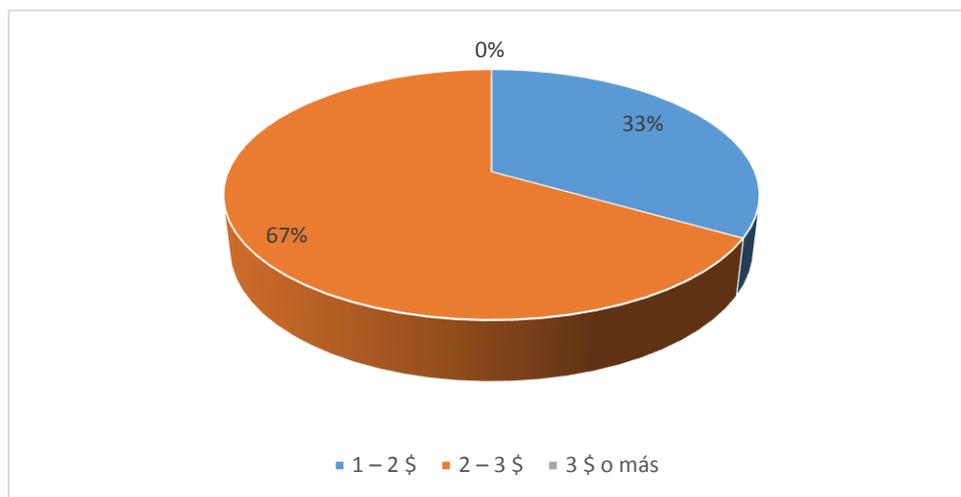
*Precio promedio del atún por libra*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 2 \$	1	33%
2 – 3 \$	2	67%
3 \$ o más	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

*Gráfico No 21*

*Precio promedio del atún por libra*

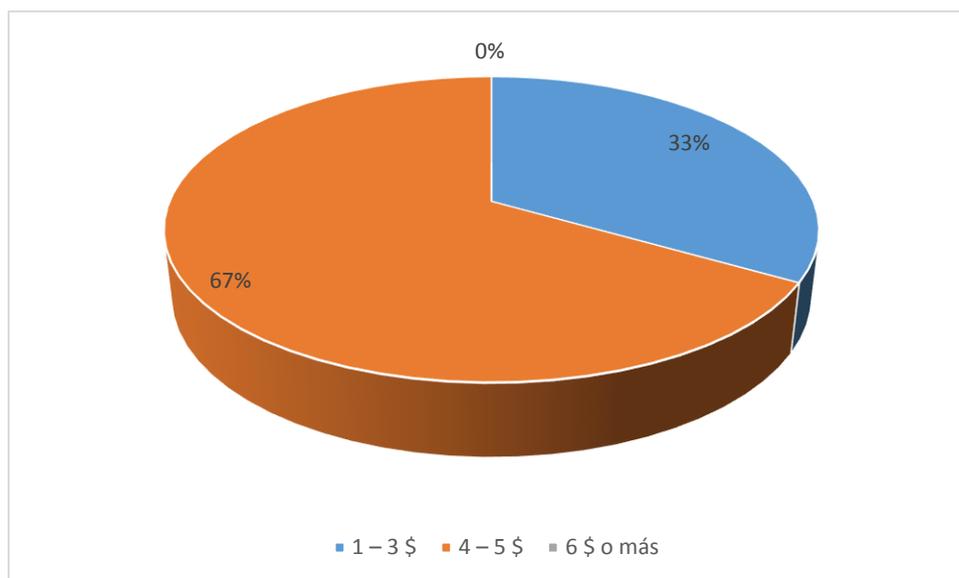


Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Cuadro N° 31****Precio promedio del camarón por libra**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 3 \$	1	33%
4 – 5 \$	2	67%
6 \$ o más	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

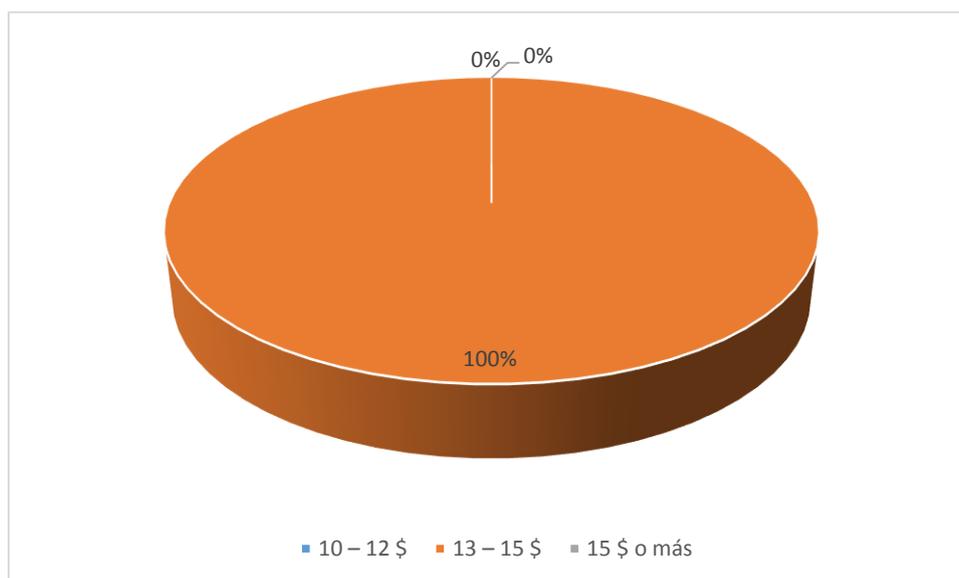
**Gráfico No 22****Precio promedio del camarón por libra**

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Cuadro N° 32*****Precio promedio del cangrejo por sarta***

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 – 12 \$	0	0%
13 – 15 \$	3	100%
15 \$ o más	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

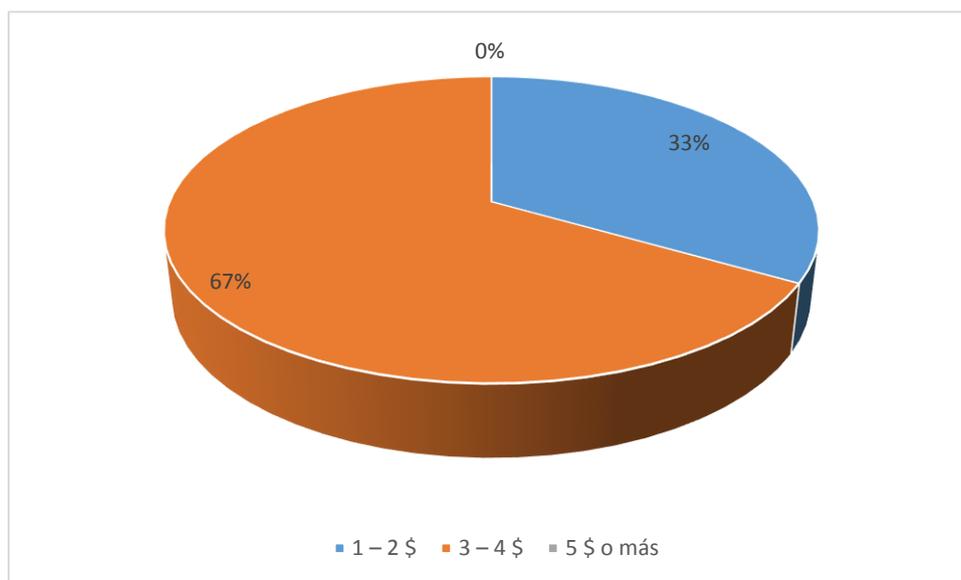
**Gráfico No 23*****Precio promedio del cangrejo por sarta***

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Cuadro N° 33*****Precio promedio del calamar por libra***

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 2 \$	1	33%
3 – 4 \$	2	67%
5 \$ o más	0	0%
<b>TOTAL</b>	3	100%

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

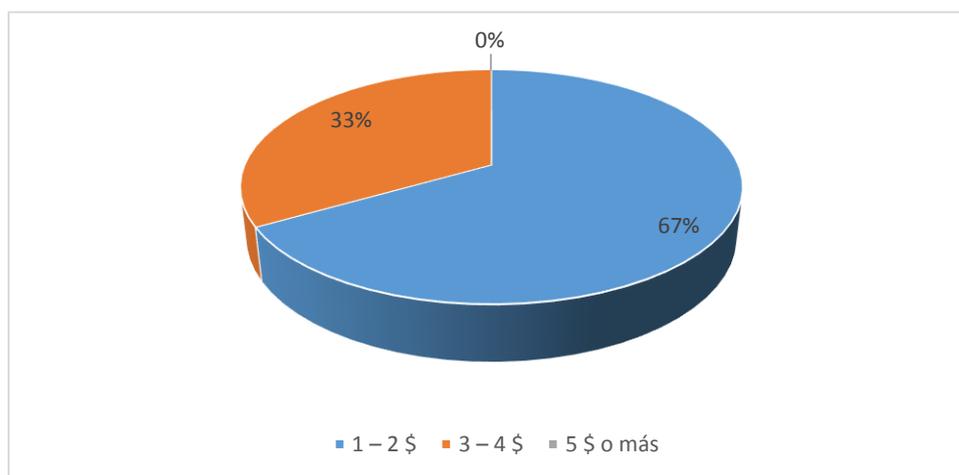
**Gráfico No 24*****Precio promedio del calamar por libra***

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Cuadro N° 34*****Precio promedio del pulpo por libra***

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 2 \$	2	67%
3 – 4 \$	1	33%
5 \$ o más	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Gráfico No 25*****Precio promedio del pulpo por libra***

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**ANÁLISIS:**

Con respecto a los precios del atún fluctúan de 2 a 3 dólares, del camarón varían según tamaño y tipo de camarón, la sarta de cangrejo tiene un precio constante entre todos los comercializadores y por último el pulpo y calamar poseen un precio similar entre ellos, estos precios son accesibles porque todos los comercializadores expenden directamente el producto desde Esmeraldas hasta Ibarra los que hace que el costo disminuya significativamente.

### 3.14. Oferta actual

Con el objetivo de determinar la oferta actual del sushi se entrevistaron a los propietarios de 3 restaurantes que tipo sus respectivos menús a base de pescados y mariscos en la ciudad de Otavalo, los mismos que se obtuvieron por medio de la Planificación Estratégica del Turismo en Imbabura 2011-2015, es necesario acotar que en la ciudad de Otavalo no existe un restaurante que ofrezca esta especialidad.

### 3.15. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó el producto interno bruto del sector comercial de Imbabura que es el 8,98%; y para la obtención de la oferta se utilizaron las entrevistas dirigidas a los propietarios de los restaurantes, por lo que se obtuvo:

#### *Cuadro N° 35*

#### *Proyección oferta*

Restaurante	Clientes
Chifa Cantón	300
Cevicheria Quito	800
Los Ceviches de Leo	1500
Subtotal	2600
Promedio	2600/3
TOTAL	867

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

Para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

**Donde:**

**O<sub>n</sub>** = Oferta Futura

**O<sub>o</sub>** = Oferta determinada en las entrevistas

**i** = PIB del sector comercial Imbabura

**n** = Año Proyectado

*Cuadro N° 36*

*Oferta proyectada*

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2015	945
2016	1.030
2017	1.122
2018	1.223
2019	1.333

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

### **3.16. Demanda potencial a satisfacer**

Para determinar la demanda potencial a satisfacer se tomó en cuenta los datos proyectados tanto en la demanda como la oferta, que se obtuvieron previamente.

**Cuadro N° 37*****Demanda potencial del Sushi bar a satisfacer***

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	PORCENTAJE DE ABSORCIÓN	MERCADO A ABARCAR
2015	29.188	945	28.243	17%	4.801
2016	29.757	1.030	28.727		4.884
2017	30.337	1.122	29.216		4.967
2018	30.928	1.223	29.706		5.050
2019	31.531	1.333	30.199		5.134

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

El proyecto está diseñado para tener una capacidad operativa del 17% de la demanda potencial a satisfacer del Sushi identificada para el año 2014.

**3.17. Análisis de precios**

El análisis de precios utilizó la ficha de observación, para lo cual se acudió al único establecimiento que expende sushi en la provincia de Imbabura.

**Cuadro N° 38*****Ficha de observación aplicada a sushi bar Suiton Sushi***

	Precios	
	Rollo	½ rollo
Maki sushi		
Vegetariano	5	3
Atún ahumado	5	3
Calamar	5	3
Anchoa	6	3,50
Camarón	7	4
Cangrejo 1	6	3,50
Cangrejo 2	7	4
Salmón	9	4
Anguila	8	4
PRECIO PROMEDIO	6,4	3,50

Autor: Alexander Herrera Año: 2014

El precio del rollito de sushi varía de acuerdo al tipo de pescado o marisco del cual está elaborado. La fijación de precios para el sushi en Otavalo se determina basándose en el promedio de precios de cada una de las variedades de sushi que en la actualidad mantiene el restaurante Suiton Sushi cuyos precios oscilan entre 6 y 8 dólares. La tasa para la proyección es la inflación proyectada del año 2014.

### ***Cuadro N° 39***

#### ***Proyección de precios***

Año	Precios	Inflación
2015	6.68	4,4%
2016	6.97	
2017	7.28	
2018	7.60	
2019	7.93	

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

Sin embargo, este precio es de referencia, será determinado por los costos totales más el índice de rentabilidad y con la relación a precios del mercado, con el objetivo de optimizar los recursos, es decir minimizar costos sin afectar a la calidad del producto y la correlación de los precios con la competencia.

### **3.18. Conclusiones del estudio de mercado**

Tanto la oferta como la demanda del sushi ha logrado un incremento constante en el mercado, Otavalo va creciendo turísticamente ya que recibe a gran cantidad de turistas

nacionales y extranjeros que llegan por sus costumbres, tradiciones y especialmente por su gastronomía.

Por lo cual es necesario determinar las estrategias del Sushi Bar, a continuación se determinarán las estrategias que se considera importantes para la implementación del proyecto.

Para la ejecución de un plan de comercialización se trabajará con las 4P's del marketing, que son Producto, Plaza, Precio, Promoción y Publicidad.

### **3.18.1. Estrategias para el servicio**

Como las principales estrategias de mercadotecnia la empresa implementará lo siguiente:

- Ofrecer un producto y servicio de calidad, amabilidad y responsabilidad con una excelente atención al cliente.
- Dar a notar la importancia nutricional que tiene el sushi en la gastronomía tradicional japonesa especialmente a la población local, ya que este tipo de productos son desconocidos por la mayor parte de los habitantes de la ciudad.

### **3.18.2. Estrategias para el precio**

- Se investigará los precios de la competencia y en conjunto con un adecuado estudio de costos, para establecer un precio de acuerdo a la disponibilidad de los futuros clientes.
- El sushi bar ofrecerá promociones en temporadas bajas para así alentar al consumo a los potenciales consumidores.
- Utilizar técnicas clásicas japonesas de preparación para mantener la calidad del producto, y que los clientes estén de acuerdo con el precio establecidos en el menú.

### **3.18.3. Estrategias para la plaza o distribución**

- La ubicación del establecimiento será primordial para los clientes ya que estará ubicado en los alrededores de la Plaza de Ponchos, ya que este lugar es visitado continuamente por turistas nacionales y extranjeros; sin dejar de lado a los habitantes de la ciudad que también concurren a este lugar como sitio de encuentro de adolescentes.

### **3.18.4. Estrategias para la promoción y publicidad**

- Realizar publicidad de alcance regional a través de medios radiales, televisivos y gráficos.
- Utilizar las TIC'S como un medio estratégico de promoción y publicidad.
- Efectuar asociaciones estratégicas con agencia de viajes locales y de acuerdo al número de comensales, así se les entregara su respectiva comisión.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **4.1. Localización del proyecto**

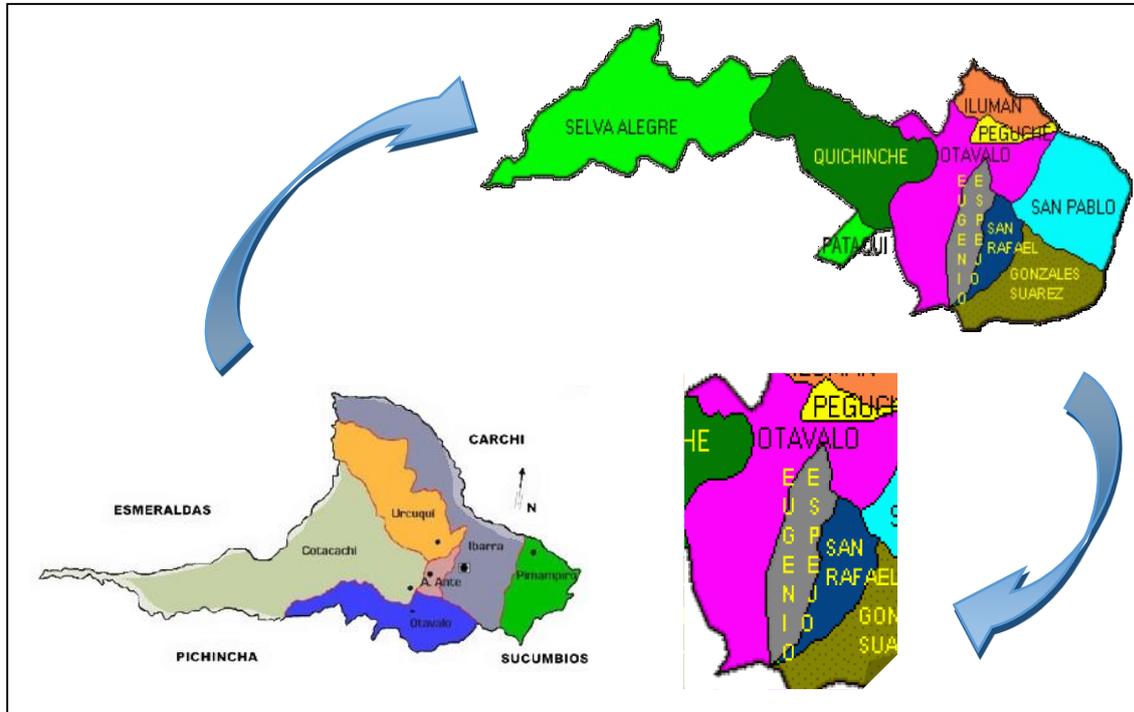
##### **4.1.1. Macrolocalización**

El presente proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, situada al norte de la sierra ecuatoriana, en un valle bajo las faldas del cerro Imbabura. El cantón San Luis de Otavalo está ubicado en el Sur de la Provincia de Imbabura, aproximadamente a 110 kilómetros al norte de la ciudad de Quito. Otavalo tiene una superficie de 579 Km<sup>2</sup>, está a 2556 msnm y presenta un clima templado cálido con una temperatura promedio de 18 grados centígrados.

El cantón se encuentra limitado: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

Figura N° 4

### Mapa de la parroquia San Luis Otavalo



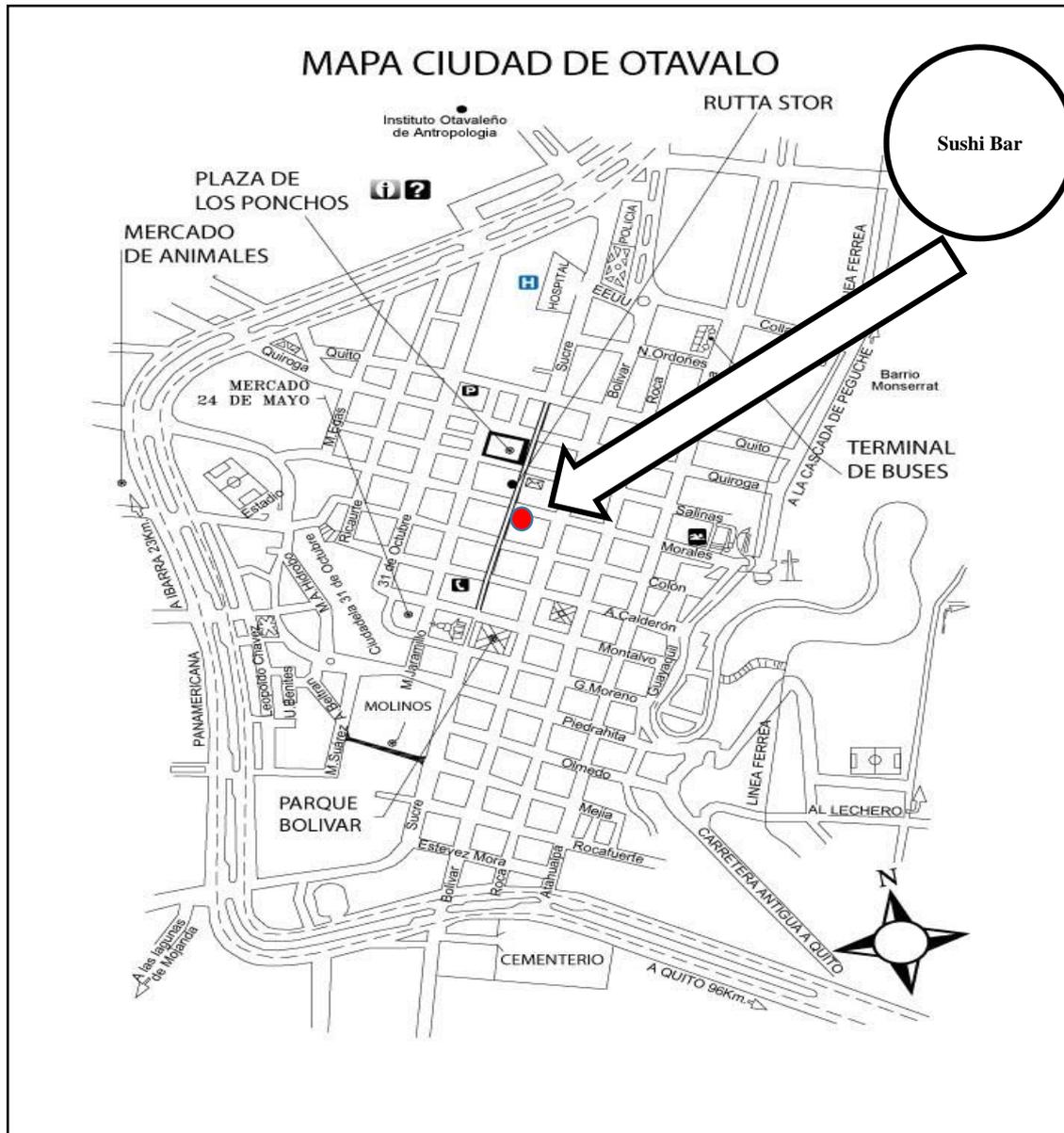
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

#### 4.1.2. Microlocalización

Luego del estudio realizado en el cantón Otavalo se determinó que el proyecto de factibilidad para la creación de un Sushi bar se lo implementará en la parroquia de San Luis de Otavalo, por su infraestructura primordial como son: servicios básicos, mano de obra calificada, vías de acceso de primer y segundo orden que garantizan el tránsito vehicular.

Figura N° 5

## Microlocalización del proyecto



Fuente: Ruta Store  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 4.1.3. Matriz de factores

La Matriz de Factores nos va a permitir medir las alternativas de localización del nuevo proyecto, para lo que se tomará en cuenta un rango de evaluación que va del 1 al 5, después se

realizará la respectiva ponderación y para finalizar se tomará la decisión más factible para su localización.

## 1. Escala de evaluación

### *Cuadro N° 40*

#### *Escala de evaluación*

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>
Óptima	5
Muy Buena	4
Bueno	3
Regular	2
Pésimo	1
Indiferente	0

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## 2. Lugares elegibles

### *Cuadro N° 41*

#### *Direcciones seleccionadas*

<b>Dirección</b>	<b>Nomenclador</b>
Calle Bolívar y Morales (Cerca Plaza de Ponchos).	A
Calle Bolívar y Juan Montalvo (Junto a Parque Bolívar).	B
Panamericana Norte y 31 de Octubre.	C

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

Para la localización del proyecto se escogieron 3 ubicaciones estratégicas, las cuales se determinó por simple observación tomando en cuenta afluencia de personas, turistas, competencia y actividad comercial.

### 3. Matriz de factores

#### Cuadro N° 42

#### Matriz de factores

<b>Factores</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>1. Factores Comerciales</b>			
Ubicación comercial	5	4	4
Canales de distribución	4	4	4
Proveedores	4	4	5
Competencia	5	3	3
Seguridad	5	4	3
Servicios Básicos	5	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
<b>2. Factores Ambientales</b>			
Contaminación auditiva	3	3	3
Polución del aire	4	3	4
Reciclaje y manejo de desperdicios (basura)	5	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
<b>3. Factores Legales</b>			
Servicio de Rentas Internas (SRI)	5	4	4
Ordenanza Municipal	5	4	3
Permiso de Bomberos	5	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL DE FACTORES</b>	<b>55</b>	<b>46</b>	<b>45</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

El factor más importante del proyecto es el factor comercial por la cual se establecerá el 50%, los otros dos factores ambiental y legal se asignará el 25% y 25% respectivamente.

**Cuadro N° 43****Matriz de factores**

<b>Factores</b>	<b>% de Ponderación</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>1. Factores Comerciales</b>				
Ubicación comercial	10%	0.50	0.40	0.40
Canales de distribución	9%	0.36	0.36	0.36
Proveedores	7%	0.28	0.28	0.35
Competencia	9%	0.45	0.27	0.27
Seguridad	7%	0.35	0.28	0.21
Servicios Básicos	8%	0.40	0.40	0.40
<b>TOTAL</b>	<b>50%</b>	<b>2.34</b>	<b>1.99</b>	<b>1.99</b>
<b>2. Factores Ambientales</b>				
Contaminación auditiva	9%	0.27	0.27	0.27
Polución del aire	8%	0.32	0.24	0.32
Reciclaje y manejo de desperdicios (basura)	8%	0.40	0.32	0.32
<b>TOTAL</b>	<b>25%</b>	<b>0.99</b>	<b>0.83</b>	<b>0.91</b>
<b>3. Factores Legales</b>				
Servicio de Rentas Internas (SRI)	8%	0.40	0.32	0.32
Ordenanza Municipal	10%	0.50	0.40	0.30
Permiso de Bomberos	7%	0.35	0.28	0.21
<b>TOTAL</b>	<b>25%</b>	<b>1.25</b>	<b>1.00</b>	<b>0.83</b>
<b>TOTAL DE FACTORES</b>	<b>100%</b>	<b>4.58</b>	<b>3.82</b>	<b>3.73</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

De acuerdo a los datos obtenidos en la matriz de ponderación, la mejor opción para la localización del proyecto es la opción A que corresponde a la calle Bolívar y Morales (Cerca de la Plaza de Ponchos), ya que cumple con los requisitos que el proyecto necesita. Por lo que a continuación se presenta un plano donde se encontrará el proyecto.

## 4.2. Nombre del proyecto

### 4.2.1. Sushi bar “KATON SUSHI”

### 4.2.2. Logotipo

#### *Figura N° 6*

#### Logotipo



Autor: Lic. Pablo Narváez  
Año: 2014

## 4.3. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del presente proyecto, se parte de la capacidad con la que se cuenta para cubrir la demanda potencial a satisfacer, misma que se estableció en el Capítulo III, a través del Estudio de Mercado en la ciudad de Otavalo.

### 4.3.1. Capacidad del proyecto

Para calcular la capacidad instalada se ha definido una cantidad 25 mesas con 4 puestos, 4 mesas con 2 puestos y 4 mesas individuales, lo que nos da un total de 200 personas por día.

**Cuadro N° 44****Capacidad diaria**

No. Mesas	No. Asientos	Capacidad Instalada
8	4	32
2	2	4
4	1	4
<b>TOTAL</b>		<b>40</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

Para establecer la capacidad mensual se toman en cuenta los siete días de la semana, la razón es que se estableció previamente el número de días que va a atender el establecimiento.

**Cuadro N° 45****Capacidad mensual y anual**

Capacidad diaria	40
Días de atención por semana	5
No. De semanas	4
<b>Capacidad Mensual</b>	<b>800</b>
No. De Meses	12
<b>Capacidad Anual</b>	<b>9.600</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**4.4. Ingeniería del proyecto**

En la ingeniería del proyecto se toman en cuenta aspectos, tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, producto, equipo y maquinaria, tecnología, cálculo de materia prima, recursos humanos, para lo cual se buscó el asesoramiento del Arquitecto Cristian Andrés Santacruz.

#### 4.4.1. Requerimiento de infraestructura civil

Para graficar y diseñar los espacios que necesita el proyecto se utilizará el programa de diseño gráfico y arquitectónico AutoCad.

Es importante recalcar que los planos van contener todas las aéreas con las que va estar formada la organización y las instalaciones que contemplará el mismo.

#### 4.4.2. Terreno

Para implementar el proyecto se contribuirá como inversión propia ubicada en la calle Bolívar y Morales esquina, con extensión de 445 metros. El costo del terreno en el mercado es 8.900 dólares, tomando en cuenta que se considera en 20 dólares cada metro.

#### *Cuadro N° 46*

##### *Requerimiento de terreno*

DESCRIPCIÓN	M <sup>2</sup>	TOTAL
TERRENO	445 m <sup>2</sup>	8.900,00

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

#### 4.4.3. Áreas y gastos de operación

En el sushi bar funcionará con la parte operativa y administrativa en el mismo establecimiento la cual es de 430 m planos, con un costo de 60 dólares por cada metro incluyendo áreas verdes y el patio; esto incluye materiales y mano de obra, obteniendo como resultado 25.800 dólares.

**Cuadro N° 47****Valor total de construcción e instalaciones**

<b>CONSTRUCCIÓN E INSTALACIONES</b>			
<b>ÁREA</b>	<b>m2</b>	<b>VALOR C/METRO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>OPERATIVA</b>			
Bar	23,50	60	1.410,00
Cocina	60,50	60	3.630,00
Área de mesas	215,50	60	12.930,00
Almacén	15	60	900,00
Cuarto Frio	6,50	60	390,00
<b>ADMINISTRATIVA</b>			
Gerencia	20	60	1.200,00
Área de baños	21	60	1.260,00
Casilleros	2	60	120,00
Áreas verdes	55	60	3.300,00
Patios	11	60	660,00
<b>TOTAL</b>	<b>430</b>	<b>600</b>	<b>25.800</b>

Fuente: Tomado de la figura No. 9  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

**4.4.4. Distribución de instalaciones**

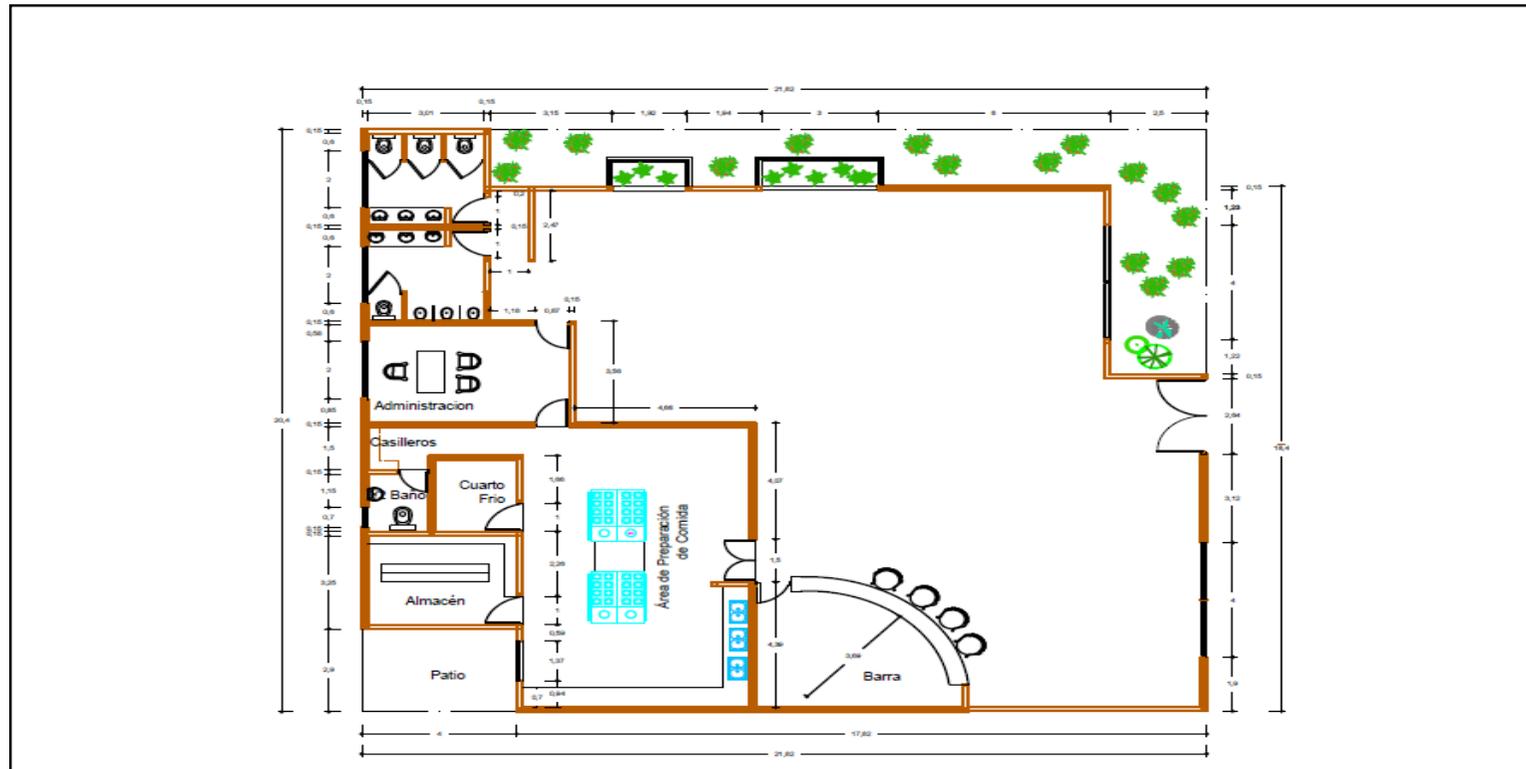
Para el excelente funcionamiento del sushi bar, el Ingeniero Civil Cristian Andrés Santacruz, proporcionó los planos que servirán para visualizar el diseño de las instalaciones.

*Figura N° 7***Fachada frontal y lateral**

Autor: Arq. Cristian Santacruz  
Año: 2014

Figura N° 8

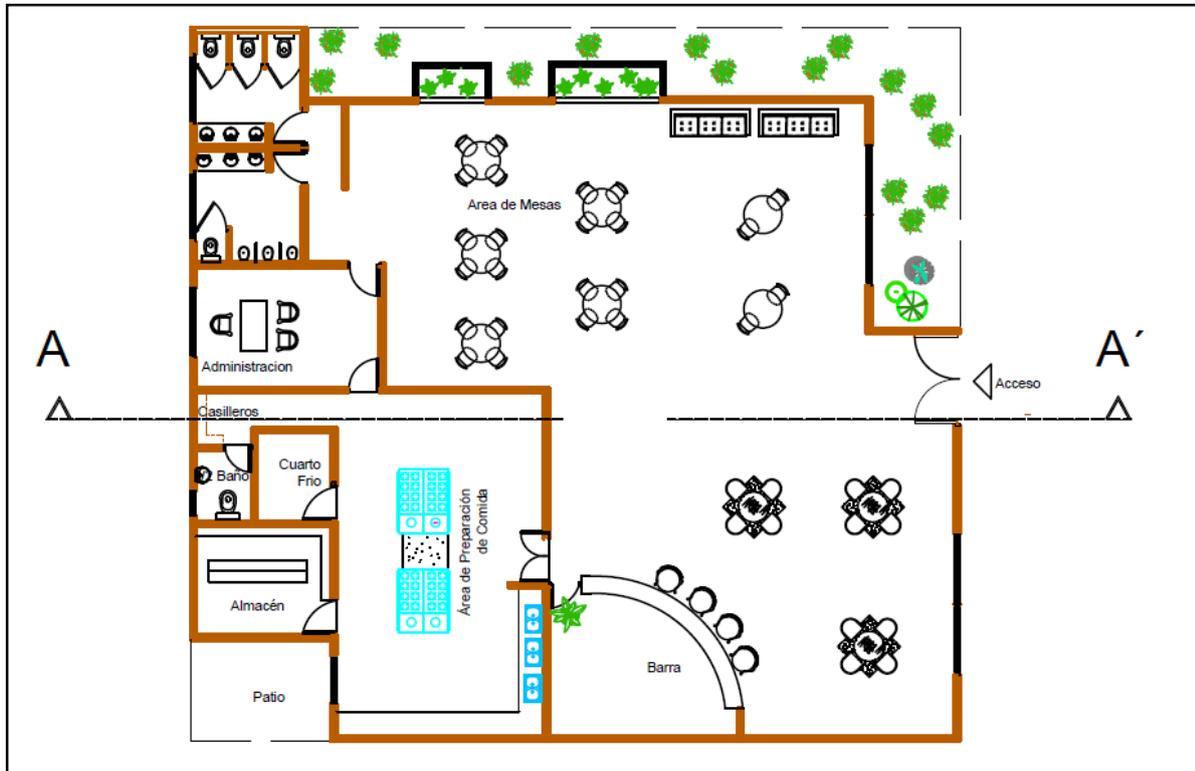
Plano arquitectónico del sushi bar



Autor: Arq. Cristian Santacruz  
Año: 2014

Figura N° 9

Vista total sushi bar



Autor: Arq. Cristian Santacruz  
 Año: 2014

4.4.5. Flujograma de procesos y servicio

SIMBOLOGÍA



= Proceso



= Verificación

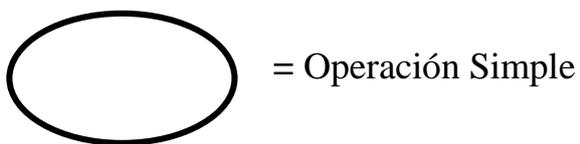
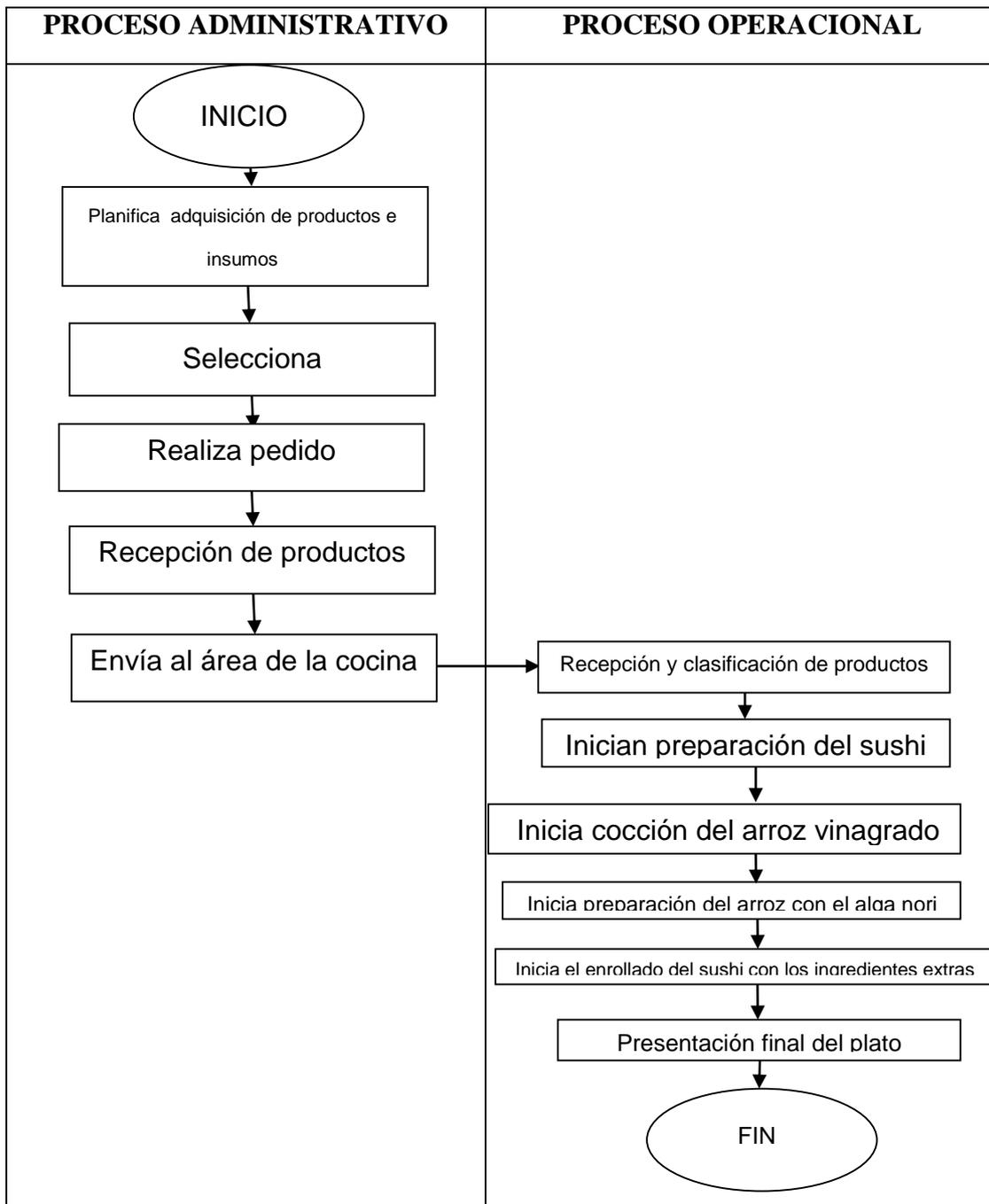


Figura N° 10

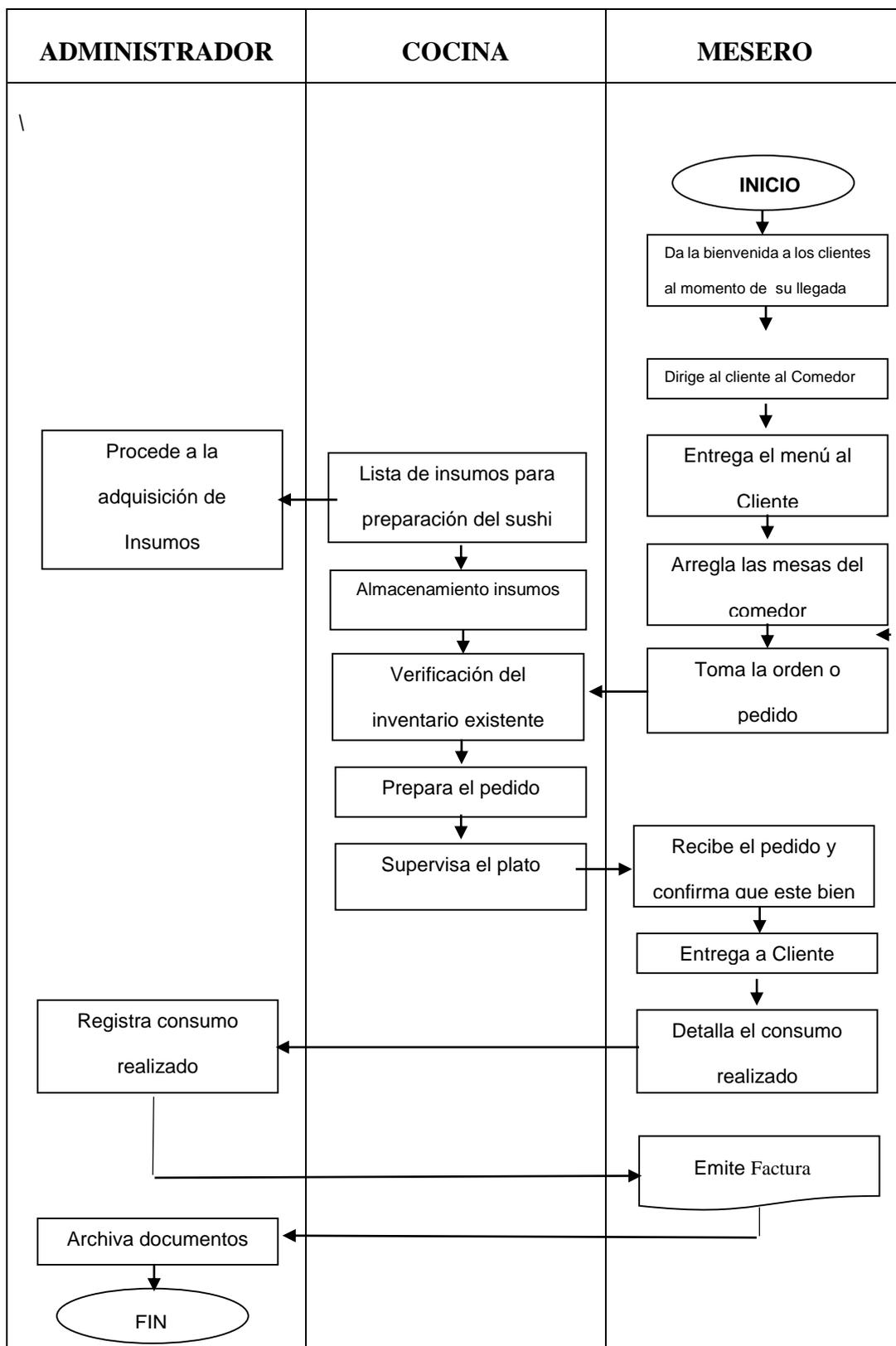
Proceso del producto



Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

Figura N° 11

Proceso del servicio



#### 4.4.6. Flujo de operaciones

Figura N° 12

#### Flujo operativo para la preparación del sushi

Actividades	Simbología							Tiempo
1. Preparar todos los ingredientes.			●					2 min
2. Colocar los ingredientes del relleno sobre el rollito de arroz.			●					3 min
3. Doblar la lámina de nori sobre sí misma desde el extremo inferior con la ayuda de la esterilla de bambú.			●					1 min
4. Terminar de enrollar la lámina de nori lentamente usando la esterilla y presionando ligeramente mientras terminamos el rollo.			●					1 min
5. Desenrollar la esterilla y retirala para cortar el rollo de sushi por la mitad con un cuchillo muy afilado.		●						1 min
6. Luego cortar cada mitad en trozos iguales.		●						1 min

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## 4.4.6. Inversión

## 1. Muebles y enceres

## Cuadro N° 48

## Requerimientos de muebles y enceres

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	No.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
OPERATIVA	RESTAURANTE	Mesas de 2 puestos(incluido sillas)	2	40,00	80,00	
		Mesas de 4 puestos(incluido sillas)	8	60,00	480,00	
		Sillón 3 puestos	1	200,00	200,00	
		Barra y Bar empotrado	1	800,00	800,00	
		Taburetes para Barra	4	25,00	100,00	
		Basureros metálicos	3	18,00	54,00	
		<b>SUBTOTAL</b>				<b>1.714,00</b>
	COCINA	Alacena	1	250,00	250,00	
		Mesas auxiliares	2	20,00	80,00	
		Aparador para Vajilla	1	200,00	200,00	
		<b>SUBTOTAL</b>				<b>530,00</b>
	ALMACÉN	Estanterías	2	120,00	240,00	
		<b>SUBTOTAL</b>				<b>240,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>					<b>2.484,00</b>
	ADMINISTRATIVO	GERENCIA	Escritorio Ejecutivo de madera	2	400,00	800,00
Archivador 4 gavetas			1	170,00	170,00	
Silla Ejecutiva			2	115,00	230,00	
Sillas de recepción			3	25,00	75,00	
Basureros			1	18,00	18,00	
<b>SUBTOTAL</b>						<b>1.293,00</b>
<b>SUBTOTAL</b>					<b>1.293,00</b>	
<b>TOTAL</b>					<b>3.777,00</b>	

Fuente: Mueblería La Colombiana  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 2. Equipo de oficina

### Cuadro N° 49

#### Requerimiento de equipo de oficina

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	No	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OPERATIVA	RESTAURANTE	Teléfono	1	39,00	39,00
		Televisor	1	615,00	615,00
		Equipo de Sonido	1	500,00	500,00
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>1.154,00</b>
ADMINISTRATIVO	GERENCIA	Teléfono	1	39,00	39,00
		Papelera	1	20,00	20,00
		Grapadora	1	14,00	14,00
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>73,00</b>
<b>TOTAL</b>					<b>1.227,00</b>

Fuente: OLX Ecuador  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 3. Equipo de computación

En cuanto se refiere a equipos de computación es de suma importancia resumirlo en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 50****Requerimiento de equipo de computación**

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	No	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OPERATIVA	BARRA	Computadora HP	1	500,00	500,00
		Máquina Registradora	1	380,00	380,00
		Impresora de Recibo	1	210,00	210,00
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>1.090,00</b>
ADMINISTRATIVO	GERENCIA	Computadora SONY VAIO	2	1.000,00	2.000,00
		Impresora Epson	1	264,00	264,00
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>2.264,00</b>
<b>TOTAL</b>					<b>3.354,00</b>

Fuente: OLX Ecuador  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

**4. Maquinaria y equipo**

El siguiente cuadro muestra los requerimientos tecnológicos para el óptimo funcionamiento del Sushi bar.

## Cuadro N° 51

## Requerimiento de equipo de maquinaria

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	No.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OPERATIVA	COCINA	Cocina de 4 quemadores	1	250,00	250,00
		Extractor de Olores	2	140,00	280,00
		Cilindros de Gas	3	55,00	165,00
		<b>SUBTOTAL</b>			<b>695,00</b>
	ALMACÉN	Refrigerador	1	1.187,00	1.187,00
		<b>SUBTOTAL</b>			<b>1.187,00</b>
	CUARTO FRÍO	Cuarto Frio	1	3.850,00	3.850,00
		<b>SUBTOTAL</b>			<b>3.850,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>5.732,00</b>
	ADMINISTRATIVO	ESPACIOS VERDES	Carretilla	1	80,00
Pala			1	20,00	20,00
Regadera para plantas			1	21,00	21,00
Herramientas de Jardinería			2	15,00	30,00
<b>SUBTOTAL</b>					<b>151,00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>7.765,00</b>	

Fuente: OLX Ecuador  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 5. Menaje y utilería

### Cuadro N° 52

#### Requerimiento de menaje y utilería

MENAJE DE COCINA Y RESTAURANTE	CANTIDAD	P.UNITARIO	V. TOTAL
Palillos desechables	25	0,80	20,00
Bandejas pequeñas	2	5,00	10,00
Plato tendido grande	10	4,65	46,50
Plato tendido mediano	10	4,40	44,00
Salseras pequeña	8	0,90	7,20
Salseras mediana	2	5,05	10,10
Ollas	2	54,60	109,20
Tabla para picar	2	3,55	7,10
Juego Cuchillos santoku	2	8,65	17,30
Esterilla	1	2,00	2,00
Pirex	2	30,00	60,00
Juegos de vasos pequeños	1	15,00	15,00
<b>TOTAL</b>			<b>348,40</b>

Fuente: SUPERMAXI  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

#### 4.4.7. Capital de trabajo

##### 1. Insumos directos

Con respecto a materia prima se la conseguirá en diferentes lugares, como por ejemplo el SUPERMAXI, ya que por la investigación realizada anteriormente se determinó que este lugar es el único establecimiento en la ciudad de Ibarra que expende productos tales como: arroz japonés, alga nori y el salmón. Y los demás productos se los conseguirá en el mercado popular La Playita.

**Cuadro N° 53****Insumos directos**

<b>AÑO 2014</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>
Arroz japonés	5	Libras	9,30
Alga Nori	1	Fundita	4,85
Atún	1	Libra	3,00
Salmon	1	Libra	19,09
Camarón	1	Libra	5,00
Cangrejo	1	Sarta	15,00
Pulpo	1	Libra	2,00
Calamar	1	Libra	4,00
Sake	1	Botella	13,30
<b>TOTAL</b>			<b>75,54</b>

Fuente: Mercado La Playita y SUPERMAXI

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

**2. Insumos indirectos****Cuadro N° 54****Insumos indirectos**

<b>SUSHI</b>	
<b>MPI</b>	<b>COSTO</b>
Vinagre	1,50
Sal	0,85
Azúcar	1,00
Jengibre	1,00
Zanahoria	4,00
Soya	1,50
<b>TOTAL</b>	<b>4,00</b>

Fuente: Supermaxi

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014



	Décimo Tercero	28,33	340,00	
	Décimo Cuarto	28,33	340,00	
	Aporte Patronal	37,91	455,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>434,60</b>	<b>5.215,00</b>	
Stiwar	Sueldo Básico	340,00	4.080,00	
	Décimo Tercero	28,33	340,00	<b>5.215,00</b>
	Décimo Cuarto	28,33	340,00	
	Aporte Patronal	37,91	455,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>434,60</b>	<b>5.215,00</b>	
Mesero	Sueldo Básico	340,00	4.080,00	<b>5.215,00</b>
	Décimo Tercero	28,33	340,00	
	Décimo Cuarto	28,33	340,00	
	Aporte Patronal	37,91	455,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>434,60</b>	<b>5.215,00</b>	
<b>SUELDOS Y BENEFICIOS</b>		<b>3.179,53</b>		<b>38.154,20</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

#### 4. Talento humano

##### *Cuadro N° 56*

##### *Talento humano*

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL
OPERATIVA	Chef Ejecutivo	1	482,37	482,37
	Chef de cocina fría	1	434,60	434,60
	Stiwar	1	434,60	434,60
	Mesero	1	434,60	434,60
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>4</b>		<b>1.786,20</b>

Fuente: Tomado del Cuadro No. 54  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 5. Servicios básicos

Para determinar los costos de los servicios básicos se realizó tomando como base restaurantes que posean similar capacidad, los cuales fueron Chifa Cantón y Cevicheria Quito; para la proyección de los cinco años se tomará en cuenta la tasa de la inflación del mes de Mayo del año 2014 que es 3,40%.

### *Cuadro N° 57*

#### *Servicios básicos*

<b>SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Consumo de energía	30,00	360,00
Consumo de agua	15,00	180,00
Consumo telefónico e Internet	18,00	216,00
Instrumentos de limpieza	20,00	240,00
Combustible-Gas	9,00	108,00
Mantenimiento de la Maquinaria	40,00	480,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.584,00</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## 6. Gasto de publicidad

La empresa contratará los servicios publicidad y marketing, esto para dar a conocer el producto nunca antes brindado en la ciudad, dirigido a la población otavaleña y turistas.

**Cuadro N° 58****Gasto de publicidad**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Publicidad y Marketing	120,00	1.440,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.440,00</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**7. Gasto mantenimiento**

Para el gasto de mantenimiento se utilizará los siguientes porcentajes: para obra civil el 0.5%, 1 y 4 % para maquinaria y equipos de computación respectivamente.

**Cuadro N° 59****Gasto mantenimiento**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>% DE MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Obra civil	25.800,00	0.5%	129,00
Maquinaria y Equipo	7.765,00	1%	77,65
Equipo de computación	3.354,00	4%	134,16
<b>TOTAL</b>			<b>340,81</b>

Fuente: Tomado de los Cuadros No. 46, 49, 50  
Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## 8. Gastos de constitución

Para los gastos de constitución en este capítulo los mencionaremos cuales van a existir para el Sushi bar, estos gastos irán al primer año de los egresos de efectivo en el estudio financiero.

### *Cuadro N° 60*

#### *Gastos de constitución*

CONCEPTO
Elaboración de Minuta
Registro Notaria Pública
Registro Mercantil
Afiliación a la Cámara de Comercio
Pago Bomberos
Pago Patente Municipal
Tramite RUC

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## 9. Gastos administrativos

### *Cuadro N° 61*

#### *Gasto administrativos*

ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO UNITARIO	SUELDO TOTAL
ADMINISTRATIVA	Gerente General	1	506,26	506,26
	Contador	1	452,50	452,50
	Cajero	1	434,60	434,60
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>3</b>		<b>1.393,40</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## 10. Gastos de organización

Se estima los costos de estudios de pre – factibilidad de la empresa y otros eventos que pueden presentarse en la creación de la empresa, el valor es de 3.500,00 USD que se lo envía directo al gasto.

### *Cuadro N° 62*

#### *Gasto de organización*

<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>
Gastos de organización	3.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.500,00</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

El capital de trabajo permitirá iniciar los procesos de producción hasta lograr obtener los primeros ingresos por ventas de los productos que se obtengan, este es distinto de las inversiones en activo fijo y diferido, ya que con él se debe financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

**Cuadro N° 63****Capital de trabajo**

<b>CONCEPTO</b>	<b>MONTO</b>
<b>1. Gastos operacionales directos</b>	
Materia Prima Directa	75,54
Materia Prima Indirecta	4,00
Mano de Obra Directa	1.786,20
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES DIRECTOS</b>	<b>1.865,74</b>
<b>2. Gastos operacionales indirectos</b>	
Gastos de administración	1.393,40
Suministros de oficina	1.227,00
Servicios básicos	1.584,00
Gastos publicidad	1.440,00
Gastos de mantenimiento	340,81
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES INDIRECTOS</b>	<b>5.985,21</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>7.850,95</b>

Fuente: Tomado de los cuadros No. 52, 53, 55, 56, 57, 58, 60

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

#### 4.4.8. Resumen de la inversión

##### *Cuadro N° 64*

##### *Resumen de la inversión*

<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>MONTO</b>
Terreno	8.900,00
Obra Civil	25.800,00
Muebles y Enceres	3.777,00
Equipos de computación	3.354,00
Equipo y Maquinaria	7.765,00
Menaje y Utilería	348,40
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>49.944,40</b>
Capital de Trabajo	7.850,95
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>57.795,35 USD</b>

Fuente: Tomado de los cuadros No. 52, 53, 55, 56, 57, 58, 60, 61,62

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

#### 4.4.9. Conclusión del estudio técnico

El estudio técnico nos permitió identificar la ubicación del proyecto, la ingeniería del proyecto para determinar los procesos de elaboración del sushi, comercialización, la maquinaria y obra civil que son necesarios para la implementación del presente proyecto de factibilidad. Además se obtuvo la inversión inicial que asciende a **57.795,35 USD** de los cuales el 60% es la aportación propia y el 40% son a través del financiamiento de una entidad privada.

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

Para el estudio financiero se realizará un análisis detallado del capital necesario, para que la empresa comience a laborar, también se definirá el financiamiento de donde provendrá el capital para la implementación del proyecto. Además se presentarán los presupuestos de costos y gastos, así también los estados financieros proyectados, los cuales dan como resultado, conocer los flujos de efectivo, los mismos que nos permitirán conocer la factibilidad del proyecto.

#### 5.1. Inversión del proyecto

Para iniciar el proyecto se debe realizar la inversión en equipo, maquinaria y utilería suficiente para la elaboración del sushi. Por esta razón para el estudio financiero se determinó que las inversiones pre-operativas y operativas del proyecto no serán modificadas, es decir, durante los próximos 5 años de su evaluación.

##### 5.1.1. Activos no depreciables

El monto del activo se puede ver en el siguiente cuadro.

#### *Cuadro N° 65*

##### *Activo no depreciable*

Activo no depreciable		
DESCRIPCIÓN	M <sup>2</sup>	TOTAL
TERRENO	445 m <sup>2</sup>	8.900,00

Fuente: Tomado del cuadro No. 46  
Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

### 5.1.2. Activos depreciables

En el siguiente cuadro se especifica los activos fijos que se necesitan adquirir para que el proyecto se desarrolle.

#### *Cuadro N° 66*

#### *Activos depreciables*

<b>RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>%</b>	<b>VALOR</b>
EDIFICIO E INSTALACIONES	61,03	25.800,00
MUEBLES Y ENSERES	8,94	3.777,00
EQUIPO DE OFICINA	2,90	1.227,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	7,93	3.354,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	18,37	7.765,00
MENAJE Y UTILERÍA	0,83	348,40
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>42.271,40</b>

Fuente: Tomado del cuadro No. 64  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

### 5.1.3. Activos diferidos

#### 1. Gastos de investigación

#### *Cuadro N° 67*

#### *Costo de investigación*

<b>COSTO DE INVESTIGACIÓN</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Recursos Humanos	400,00
Recursos Materiales	500,00
Imprevistos	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.050,00</b>

Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 2. Gastos de constitución

A continuación se presenta un cuadro resumen de todos los gastos de constitución para el proyecto.

### *Cuadro N° 68*

#### *Gastos de constitución*

<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Elaboración de Minuta	130,00
Registro Notaria Pública	120,00
Registro Mercantil	100,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	50,00
Pago Bomberos	5,00
Pago Patente Municipal	35,00
Tramite RUC	00,00
<b>TOTAL</b>	<b>440,00</b>

Fuente: Tomado del cuadro No. 60  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 5.2. Estructura del financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, donde el 60% se financiará con crédito y el 40% será aporte propio. Para la obtención del crédito se solicitará al Banco Nacional del Fomento la cual aplica una tasa de interés del 11,83% correspondiente al microcrédito de PYMES.

*Cuadro N° 69**Estructura del financiamiento*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
Inversión Propia	40%	23.118,14
Inversión Financiada	60%	34.677,21
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>57.795,35 USD</b>

Fuente: Banco Nacional del Fomento

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

**5.3. Amortización**

Los pagos del crédito corresponde al 60% del monto total de inversión que requiere el proyecto, con una tasa anual 11,83% durante 5 años, considerando el segmento de crédito para las PYMES, el crédito se desembolsará trimestralmente lo que da como resultado 20 pagos para la cancelación de la deuda en su totalidad. A continuación se presenta la tabla de amortización con pagos fijos cada período.

## Cuadro N° 70

## Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
<b>PRÉSTAMO</b>	34.677,21		<b>PROFORMA DE PAGO No.</b>	
<b>Tasa de Interés</b>	11,83%			
<b>Plazo</b>	5 Años		<b>TOTAL INTERESES</b>	11.939,85
<b>Pagos</b>	Trimestrales			
<b>No</b>	<b>VP</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO DE CAPITAL</b>	<b>CAPITAL POR PAGAR</b>
0				34.677,21
1	2.330,85	1.040,32	1.290,54	33.386,67
2	2.330,85	1.001,60	1.329,25	32.057,42
3	2.330,85	961,72	1.369,13	30.688,29
4	2.330,85	920,65	1.410,20	29.278,08
5	2.330,85	878,34	1.452,51	27.825,57
6	2.330,85	834,77	1.496,09	26.329,49
7	2.330,85	789,88	1.540,97	24.788,52
8	2.330,85	743,66	1.587,20	23.201,32
9	2.330,85	696,04	1.634,81	21.566,51
10	2.330,85	647,00	1.683,86	19.882,65
11	2.330,85	596,48	1.734,37	18.148,28
12	2.330,85	544,45	1.786,40	16.361,87
13	2.330,85	490,86	1.840,00	14.521,88
14	2.330,85	435,66	1.895,20	12.626,68
15	2.330,85	378,80	1.952,05	10.674,63
16	2.330,85	320,24	2.010,61	8.664,01
17	2.330,85	259,92	2.070,93	6.593,08
18	2.330,85	197,79	2.133,06	4.460,02
19	2.330,85	133,80	2.197,05	2.262,96
20	2.330,85	67,89	2.262,96	0

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

### 5.3.1. Pago de intereses

#### *Cuadro N° 71*

#### *Pago de intereses*

<b>AÑO</b>	<b>INTERÉS PAGADO</b>	<b>%</b>
1	3.924,29	32,87
2	3.246,65	27,19
3	2.483,96	20,80
4	1.625,55	13,61
5	659,40	5,52
<b>TOTAL</b>	<b>11.939,85</b>	<b>100</b>

Fuente: Tomado del cuadro No. 70  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

### 5.3.2. Pago de capital

#### *Cuadro N° 72*

#### *Pago de capital*

<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>	<b>%</b>
1	5.399,13	15,57
2	6.076,76	17,52
3	6.839,45	19,72
4	7.697,86	22,20
5	8.664,01	24,98
<b>TOTAL</b>	<b>34.677,21</b>	<b>100</b>

Fuente: Tomado del cuadro No. 70  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## 5.4. Presupuesto de costos y gastos

Para el presupuesto de costos y gastos se presentan los datos, que se utilizarán para el funcionamiento del restaurante a partir del primer periodo operativo.

### 5.4.1. Insumos directos

#### *Cuadro N° 73*

#### *Insumos directos*

<b>INSUMOS DIRECTOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>PERIODOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Arroz japonés	6.524,58	6.811,66	7.111,38	7.424,28	7.750,95
Alga Nori	42.532,56	44.403,99	46.357,77	48.397,51	50.527,00
Atún	10.523,52	10.986,55	11.469,96	11.974,64	12.501,53
Salmon	33.482,33	34.955,56	36.493,60	38.099,32	39.775,69
Camarón	8.769,60	9.155,46	9.558,30	9.978,87	10.417,94
Cangrejo	5.261,76	5.493,28	5.734,98	5.987,32	6.250,76
Pulpo	3.507,84	3.662,18	3.823,32	3.991,55	4.167,18
Calamar	7.015,68	7.324,37	7.646,64	7.983,09	8.334,35
Sake	9.330,85	9.741,41	10.170,03	10.617,52	11.084,69
<b>TOTAL</b>	<b>126.948,73</b>	<b>132.534,47</b>	<b>138.365,99</b>	<b>144.454,09</b>	<b>150.810,07</b>

Fuente: Tomado del anexo No. 5

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

### 5.4.2. Insumos indirectos

*Cuadro N° 74*

#### *Insumos indirectos*

<b>INSUMOS INDIRECTOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>PERIODOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Vinagre	1.052,35	1.098,66	1.147,00	1.197,46	1.250,15
Sal	298,17	298,17	324,98	339,28	354,21
Azúcar	350,78	366,22	382,33	399,15	416,72
Jengibre	701,57	732,44	764,66	798,31	833,44
Zanahoria	2.806,27	2.929,75	3.058,66	3.193,24	3.333,74
Soya	1.052,35	1.098,66	1.147,00	1.197,46	1.250,15
<b>TOTAL</b>	<b>6.261,49</b>	<b>6.523,88</b>	<b>6.824,63</b>	<b>7.124,91</b>	<b>7.438,41</b>

Fuente: Tomado del anexo No. 6  
 Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

### 5.4.3. Talento humano

*Cuadro N° 75*

#### *Ponderación de remuneración*

<b>No.</b>	<b>Año</b>	<b>Salario Básico Unificado</b>
1	2010	240,00
2	2011	264,00
3	2012	292,00
4	2013	314,00
5	2014	340,00
<b>Crecimiento</b>		<b>9%</b>

Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

$$340 = 240(1 + i)^4$$

$$\frac{340}{240} = (1 + i)^4$$

$$\sqrt[4]{1.42} = (1 + i)$$

$$0.09 = i$$

Para proyectar el talento humano se tomó en cuenta todas las actividades realizadas en el restaurante tanto en el área de cocina, restaurante y oficinas administrativas, a los cuales se les cancela como sueldos y salarios. A continuación se presenta un cuadro que contiene los sueldos y salarios de administración y ventas. En las proyecciones para los cinco años se utilizó una tasa que se la obtuvo del anterior cuadro, que es del 9%.

#### **Cuadro N° 76**

##### **Talento humano**

<b>TALENTO HUMANO</b>					
<b>CARGO</b>	<b>PERIODOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Chef Ejecutivo	5.818,44	6.756,00	6.913,32	7.535,87	8.748,66
Chef de cocina fría	5.244,92	6.087,26	6.231,84	6.793,16	7.884,52
Stiwar	5.244,92	6.087,26	6.231,84	6.793,16	7.884,52
Mesero	5.244,92	6.087,26	6.231,84	6.793,16	7.884,52
<b>TOTAL</b>	<b>21.553,20</b>	<b>25.017,79</b>	<b>25.608,83</b>	<b>27.915,37</b>	<b>32.402,22</b>

Fuente: Tomado del anexo No. 7

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

#### **5.4.4. Gastos directos proyectados**

Para el presente proyecto se estima que el 70% de los gastos directos proyectados son variables y el 30% son gastos indirectos proyectados.

**Cuadro N° 77****CIF Gastos directos proyectados**

<b>SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS</b>	<b>PERIODOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Consumo de energía	263,09	274,66	286,75	299,37	312,54
Consumo de agua	131,54	137,33	143,37	149,68	156,27
Consumo telefónico e Internet	157,85	164,80	172,05	179,62	187,52
Instrumentos de limpieza	175,392	183,11	191,166	199,58	208,36
Combustible-Gas	78,93	82,40	86,02	89,81	93,76
Mantenimiento de la Maquinaria	350,78	366,22	382,33	399,15	416,72
<b>TOTAL</b>	<b>1157,58</b>	<b>1208,52</b>	<b>1261,69</b>	<b>1317,21</b>	<b>1375,16</b>

Fuente: Tomado del anexo No. 8

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

**Cuadro N° 78****CIF Fijo proyectado**

<b>SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS</b>	<b>PERIODOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Consumo de energía	112,752	117,71	122,89	128,30	133,94
Consumo de agua	56,376	58,86	61,45	64,15	66,97
Consumo telefónico e Internet	67,65	70,63	73,73	76,98	80,37
Instrumentos de limpieza	75,17	78,48	81,93	85,53	89,30
Combustible-Gas	33,83	35,31	36,87	38,49	40,18
Mantenimiento de la Maquinaria	150,34	156,95	163,86	171,07	178,59
<b>TOTAL</b>	<b>496,11</b>	<b>517,94</b>	<b>540,72</b>	<b>564,52</b>	<b>589,36</b>

Fuente: Tomado del anexo No. 8

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

**5.4.5. Depreciaciones de activos no corrientes**

Para calcular las depreciaciones utilizaremos el método en línea recta lo cual está preestablecido por el SRI.

*Cuadro N° 79**Depreciaciones de activos no corrientes*

DETALLE	VALOR	%	PERIODOS					VALOR DE RESCATE
			1	2	3	4	5	
Edificio e Instalaciones	25.800,00	5%	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	1.290,00	19.350,00
Muebles y Enseres	3.777,00	10%	377,70	377,70	377,70	377,70	377,70	1.888,50
Equipo de Computación	3.354,00	33%	1106,82	1106,82	1106,82	0,00	0,00	0,00
Maquinaria y Equipo	7.765,00	10%	776,50	776,50	776,50	776,50	776,50	3.882,50
Menaje y Utilería	348,4	10%	34,84	34,84	34,84	34,84	34,84	174,20
<b>TOTAL</b>	<b>41.044,40</b>		<b>3.585,86</b>	<b>3.585,86</b>	<b>3.585,86</b>	<b>2.479,04</b>	<b>2.479,04</b>	<b>25.295,20</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

De la depreciación anual de cada activo fijo es necesario mencionar que el valor corresponde al área administrativa y operativa. A continuación se muestra los porcentajes de depreciación asignados para cada uno de los departamentos.

**Cuadro N° 80**

**Distribución de la depreciación**

DETALLE	ÁREA		TOTAL
	ADMINISTRATIVA	OPERATIVA	
Edificio e Instalaciones	15%	85%	<b>100%</b>
Muebles y Enseres	10%	90%	<b>100%</b>
Equipo de Computación	50%	50%	<b>100%</b>
Maquinaria y Equipo	10%	90%	<b>100%</b>
Menaje y Utilería	0%	100%	<b>100%</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

- **Depreciación del área administrativa**

**Cuadro N° 81**

**Distribución de la depreciación del área administrativa**

DETALLE	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Edificio e Instalaciones	193,50	193,50	193,50	193,50	193,50
Muebles y Enseres	37,77	37,77	37,77	37,77	37,77
Equipo de Computación	553,41	553,41	553,41	0,00	0,00
Maquinaria y Equipo	77,65	77,65	77,65	77,65	77,65
Menaje y Utilería					
<b>TOTAL</b>	<b>862,33</b>	<b>862,33</b>	<b>862,33</b>	<b>308,92</b>	<b>308,92</b>

Fuente: Tomado del cuadro No. 79  
Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

- Depreciación del área operativa

**Cuadro N° 82****Distribución de la depreciación del área operativa**

DETALLE	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Edificio e Instalaciones	1.096,50	1.096,50	1.096,50	1.096,50	1.096,50
Muebles y Enseres	339,93	339,93	339,93	339,93	339,93
Equipo de Computación	553,41	553,41	553,41	0,00	0,00
Maquinaria y Equipo	698,85	698,85	698,85	698,85	698,85
Menaje y Utería	34,84	34,84	34,84	34,84	34,84
<b>TOTAL</b>	<b>2.723,53</b>	<b>2.723,53</b>	<b>2.723,53</b>	<b>2.170,12</b>	<b>2.170,12</b>

Fuente: Tomado del cuadro No. 79

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

**5.4.6. Gastos administrativos****Cuadro N° 83****Gastos administrativos**

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
CARGO	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Gerente	6.105,20	7.090,37	7.253,99	7.907,23	9.183,49
Contador	5.459,99	6.338,04	6.487,48	7.071,75	8.209,38
Cajero	5.244,92	6.087,26	6.231,84	6.793,16	7.884,52
<b>TOTAL</b>	<b>16.810,11</b>	<b>19.515,67</b>	<b>19.973,31</b>	<b>21.772,14</b>	<b>25.277,39</b>

Fuente: Tomado del anexo No. 7

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

### 5.4.7. Gasto publicidad

#### Cuadro N° 84

##### Gastos de publicidad

DETALLE	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Radial	104,40	108,99	113,79	118,80	124,02
Web	261,00	272,48	284,47	296,99	310,06
Trípticos y Va	313,20	326,98	341,37	356,39	372,07
TV	824,76	861,05	898,94	938,49	979,78
<b>TOTAL</b>	<b>1.503,36</b>	<b>1.571,51</b>	<b>1.641,57</b>	<b>1.714,66</b>	<b>1790,11</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

### 5.5. Estados financieros proforma

#### 5.5.1. Estados iniciales de situación financiera

#### Cuadro N° 85

##### Estado inicial de situación financiera

**"KATON SUSHI"**  
**BALANCE DE ARRANQUE**  
**AL AÑO 0**

#### ACTIVOS

##### Inversión Fija

Capital de Trabajo 7.850,95

**Total Inversión Fija 7.850,95**

##### Propiedad del Proyecto

Terreno 8.900,00

Edificio 25.800,00

Maquinaria y equipos 7.765,00

Muebles y Enseres 3.777,00

Equipo de Computación 3.354,00

Menaje y Utilería 348,40

**Total Propiedad del Proyecto. 49.944,40**

**TOTAL INVERSIÓN + PROPIEDAD 57.795,35**

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

#### OBLIGACIONES

##### Obligaciones de largo plazo

Préstamo bancario 34.677,21

**Total obligaciones de largo plazo 34.677,21**

**TOTAL OBLIGACIONES 34.677,21**

##### PATRIMONIO

**TOTAL PATRIMONIO 23.118,14**

**TOTAL OBLIGACIONES + PATRIMONIO 57.795,35**

### 5.5.2. Estado de resultados o de ingresos proyectado

Para realizar el Estado de resultados es necesario determinar el precio de venta y el presupuesto de todos los gastos, estos datos se los obtuvo de los anexos donde están estipulados.

#### *Cuadro N° 86*

#### *Estado de resultados proyectado*

DETALLE	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS	227.149,76	242.956,70	248.262,71	266.321,77	285.587,54
(-) COSTO DE VENTA	150.155,62	159.278,71	165.777,23	174.251,18	185.176,81
<b>(=) Utilidad bruta en Ventas</b>	<b>76.994,14</b>	<b>83.677,99</b>	<b>82.485,48</b>	<b>92.070,59</b>	<b>100.410,73</b>
(-) Gastos Administrativos	38.363,31	44.533,46	45.582,13	49.687,51	57.679,62
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>38.630,83</b>	<b>39.144,53</b>	<b>36.903,35</b>	<b>42.383,08</b>	<b>42.731,11</b>
(-) Gastos Financieros	6.002,64	4.966,12	3.799,50	2.486,47	1.008,64
(-) Gastos de Publicidad	1.503,36	1.571,51	1.641,57	1.714,66	1.790,11
(-) Gastos de Constitución y Diferidos	1.490,00				
<b>(=) Utilidad antes del Participación a Trabajadores</b>	<b>29.634,83</b>	<b>32.606,90</b>	<b>31.462,28</b>	<b>38.181,95</b>	<b>39.932,36</b>
(-) 15% Participación a Trabajadores	4.445,22	4.891,04	4.719,34	5.727,29	5.989,85
<b>(=) Utilidad antes del Impuesto a la renta</b>	<b>25.189,61</b>	<b>27.715,87</b>	<b>26.742,94</b>	<b>32.454,65</b>	<b>33.942,51</b>
(-) 15% Impuesto a la Renta	5.541,71	6.097,49	5.883,45	7.140,02	7.467,35
<b>(=) UTILIDAD NETA ANUAL</b>	<b>19.647,89</b>	<b>21.618,38</b>	<b>20.859,49</b>	<b>25.314,63</b>	<b>26.475,16</b>

Fuente: Tomado del anexo No. 9

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

### 5.5.3. Flujos de efectivo

*Cuadro N° 87*

#### *Flujos de efectivo proyectado*

DETALLE	AÑOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
UTILIDAD NETA	<57.795,35>	19.647,89	21.618,38	20.859,49	25.314,63	26.475,16
DEPRECIACIÓN		3.585,86	3.585,86	3.585,86	2.479,04	2.479,04
VALOR DE RESCATE						25.295,20
OTROS						
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>&lt;57.795,35&gt;</b>	<b>23.233,75</b>	<b>25.204,24</b>	<b>24.445,35</b>	<b>27.793,67</b>	<b>54.249,40</b>
<b>EGRESOS</b>						
PAGO DE LA DEUDA		3.924,29	3.246,65	2.483,96	1.625,55	659,40
OTROS						
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>3.924,29</b>	<b>3.246,65</b>	<b>2.483,96</b>	<b>1.625,55</b>	<b>659,40</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>&lt;57.795,35&gt;</b>	<b>19.309,46</b>	<b>21.957,59</b>	<b>21.961,39</b>	<b>26.168,12</b>	<b>53.590,00</b>

Fuente: Tomado del cuadro No. 86

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

### 5.6. Evaluación financiera

El objetivo de la evaluación financiera es pronosticar la factibilidad del sushi bar, para lo cual se utilizará las dos técnicas más requeridas para realizar los cálculos TIR y VAN.

#### 5.6.1. Determinación del costo de capital

Para el cálculo del costo de capital necesitaremos las tasas de ponderación que corresponden a la parte financiadas que es del 11.83% que es otorgada por el Banco del Fomento y la parte propia que le corresponde el 4%.

**Cuadro N° 88****Costo de capital**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	23.118,14	40,00	4,00	160,00
Inversión Financiada	34.677,21	60,00	11,83	709,80
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>57.795,35</b>	<b>100,00</b>	<b>15,20</b>	<b>869,80</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

Coste de Oportunidad= 869,80/100

Coste de Oportunidad= 8,70%

**5.6.2. Tasa de rendimiento medio**

$$\text{TRM} = ((1 + C_k) (1 + \text{Inflación})) - 1$$

$$\text{TRM} = ((1 + 0,0870) (1 + 0,044)) - 1$$

$$\text{TRM} = 13,48 \%$$

Donde:

**C<sub>k</sub>** = Costo de Capital

**5.7. Valor actual neto**

$$VAN = -I + \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

**De donde:****VAN:** Valor Actual Neto**FNC:** Flujos Netos de Efectivo**I:** Inversión**i:** Tasa de descuento**n:** Tiempo de vida útil del proyecto o inversión

En este proyecto se obtuvo el VAN a través de la fórmula lógica proporcionada por Excel.

**Cuadro N° 89****Valor actual neto**

<b>PERIODOS</b>	<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>
0	<57795,35>
1	19.309,46
2	21.957,59
3	21.961,39
4	26.168,12
5	53.590,00
<b>VAN</b>	<b>35.555,37 USD</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Interpretación:** El VAN se calculó, determinando los flujos de caja para los 5 años, originados por la inversión. Para esto se ajusta los flujos futuros a través de la tasa de descuento, a este valor se le extrae la diferencia de la inversión inicial, dando como resultado el valor actual neto del proyecto, en este caso indica va a recuperar la inversión ya que el Van obtenido es positivo.

VAN > 0; VIABLE

VAN = 0; INDIFERENTE

VAN >; NO ES VIABLE

### 5.8. Tasa interna de retorno

$$TIR = -II + \sum FEF(1 + tir)^{-n}$$

Reemplazando los datos en la formula se obtuvo:

$$TIR = 33\%$$

El TIR calculado es de 33%; por lo que se concluye que el proyecto es factible porque la TIR es mayor que el costo de capital del mercado del 13,48%.

Entonces sí:

TIR > COSTO DE OPORTUNIDAD; VIABLE

TIR = COSTO DE OPORTUNIDAD, INDIFERENTE

TIR < COSTO DE OPORTUNIDAD; NO VIABLE

### 5.9. Periodo de recuperación

*Cuadro N° 90*

*Periodo de recuperación corriente*

PERIODOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS	INVERSIÓN
0			57.795,35
1	19.309,46	19.309,46	38.485,89
2	21.957,59	41.267,05	

Fuente: Tomado del cuadro No. 89

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

$$21.957,59 / 12 = \mathbf{1.829,80}$$

$41.267,05 / 1.829,80 = 22$  meses

**Interpretación:** La Recuperación de la Inversión será en 1 año y 9 meses, se podría concluir que es el tiempo de recuperación es óptimo pero no precisamente real ya que no está impactada la inflación. A continuación se realizará el cuadro donde se muestra los flujos netos impactadas con la inflación pronosticada acumulada del 2014.

### *Cuadro N° 91*

#### *Periodo de recuperación real*

PERIODOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS	INVERSIÓN
0			57.795,35
1	18.495,65	18.495,65	39.299,70
2	20.145,76	38.641,41	658,29
3	19.300,05	57.941,41	

Fuente: Tomado del cuadro No. 89

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

$19.300,05 / 12 = 1608,34$

$57.941,41 / 1608,34 = 36$  meses

## 5.10. Relación costo beneficio

### *Cuadro N° 92*

#### *Costo beneficio*

<b>Inversión</b>	<b>57.795,35</b>
<b>VAN</b>	<b>35.555,37</b>
<b>R B/C</b>	<b>1.5</b>

Fuente: Tomado del cuadro No. 88

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

Esto quiere decir que por cada dólar de inversión, se genera 0.50 centavos de ganancia.

Entonces sí:

R;  $B/C > A 1$ ; VIABLE

R;  $B/C = A 1$ ; INDIFERENTE

R;  $B/C < A 1$ ; NO VIABLE

### 5.11. Punto de equilibrio

- Punto de equilibrio en unidades

$$PE(u) = \frac{\text{Costo Fijo} + \text{Inversion Fija}}{MC}$$

$$PE(u) = \frac{26.660,53}{1.82}$$

$$PE(u) = 14.648,64$$

- Punto de equilibrio en dólares

$$PE(\$) = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{CV(u)}{PV(u)}}$$

$$PE(\$) = \frac{18.809,58}{0.23}$$

$$PE(\$) = 81.780,78$$

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. La empresa**

##### **6.1.1. Nombre**

Para definir el nombre de la organización se tomó en cuenta varias características que abarcan la razón de ser del restaurante, lo que permitirá a los clientes identificar a la empresa rápidamente.

Las características que se tomaron en cuenta para determinar el nombre fueron: cultura, significado, atractivo, fácil de memorizar; por lo cual se decidió nombrar a la empresa “KATON SUSHI”.

##### **6.1.2. Conformación jurídica**

“KATON SUSHI” se constituye como una persona natural dedicada al expendio de comida fría tradicional japonesa como el sushi, formada por capital financiado y propio; acatando con todos los requisitos legales. (Véase en las pág. 46 - 50)

##### **6.1.3. Misión**

Es de complacer las perspectivas gastronómicas de los comensales, brindando productos de calidad, saludables y de alto valor nutricional.

#### **6.1.4. Visión**

“Para el año 2019 KATON SUSHI liderará la oferta gastronómica japonesa fría en la ciudad de Otavalo, satisfaciendo las necesidades de los clientes.”

#### **6.1.5. Políticas**

- Selección del personal que posea las competencias requeridas tales como liderazgo, trabajo a presión entre otros; para la elaboración del sushi y el manejo administrativo del restaurante.
- Dotar al personal las herramientas, implementos e insumos necesarios la elaboración del sushi.
- Brindar a los trabajadores del restaurante, el desarrollo personal y profesional a través de las buenas relaciones con sus compañeros de trabajo y con capacitaciones periódicas.
- Salvaguardar el entorno ambiental y la seguridad ocupacional, de todas las actividades realizadas por la organización.

#### **6.1.6. Valores**

- **Responsabilidad**

Es decir que los trabajadores están conscientes de las acciones que cada uno de ellos realizan en la organización ya que mediante este valor se cumplirán la puntualidad en el trabajo y la eficiencia y eficacia en la entrega de pedidos.

- **Honradez**

El trabajo con honestidad o transparencia se ve reflejada en el día a día, en cuanto a la elaboración del producto y cada uno de los empleados.

- **Trabajo en equipo**

Que todos los miembros de la organización creen sinergia y que todo el esfuerzo realizados por los empleados sea en beneficio del sushi-bar.

- **Calidad**

En el desempeño operacional y administrativo, ya que el resultado de estos dos indicadores se manifiesta en el producto y en la atención al cliente.

## **6.2. Estructura organizacional**

KATON SUSHI tendrá una estructura lineal que otorgue a los trabajadores la facilidad para cumplir los requerimientos de los comensales, dando como resultado una buena comunicación entre las áreas y trabadores.

Las áreas funcionales con las que contara la empresa son:

- Administración
- Área de Contabilidad
- Área de Gastronomía

A continuación se presenta el organigrama estructural de KATON SUSHI:

*Gráfico No 26*

*Organigrama estructural de KATON SUSHI:*



**6.3. Descripción de perfiles y funciones del personal**

*Tabla No 1*

**Administrador**

<b>ÁREA</b>	Administración
<b>PUESTO</b>	Administrador
<b>OBJETIVO</b>	Administrar y gestionar el funcionamiento del restaurante en condiciones óptimas.
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar el presupuesto de operación del restaurante.</li> <li>2. Estructurar un resumen diario de ventas.</li> <li>3. Recibir peticiones y enviar cotizaciones para eventos.</li> <li>4. Apoyar a todos los departamentos en sus requerimientos.</li> <li>5. Organizar y dirigir los eventos junto con el chef ejecutivo.</li> <li>6. Representante legal del restaurante.</li> <li>7. Se encargará de la publicidad y promoción.</li> </ol>	

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Tabla No 2****Contador(a)**

<b>ÁREA</b>	Contabilidad
<b>PUESTO</b>	Contador(a)
<b>OBJETIVO</b>	Se encargará de cumplir con las obligaciones tributarias y laborales y realizará órdenes de pedido de los insumos.
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar la selección del personal.</li> <li>2. Efectuar el pago de los salarios.</li> <li>3. Realizar el cuadro diario de caja.</li> <li>4. Elabora comprobantes de ingresos y egresos.</li> <li>5. Realizar conciliaciones bancarias.</li> <li>6. Elaborar el registro de abastecimiento.</li> <li>7. Manejar los flujos de caja.</li> <li>8. Realizar todos los pagos respecto a recepción de insumos.</li> </ol>	

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

**Tabla No 3****Cajero(a)**

<b>ÁREA</b>	Contabilidad
<b>PUESTO</b>	Cajero(a)
<b>OBJETIVO</b>	Recibir y efectuar pagos de los comensales del sushi-bar con excelente atención y cordialidad.
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Receptar los pedidos en el restaurante.</li> <li>2. Cobrar por todos los servicios extras adquiridos dentro del restaurante.</li> <li>3. Ayudar al mantenimiento del establecimiento.</li> <li>4. Realizar otras tareas asignadas por el gerente.</li> </ol>	

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

**Tabla No 4****Chef ejecutivo**

<b>ÁREA</b>	Dpto. Gastronomía
<b>PUESTO</b>	Chef ejecutivo
<b>OBJETIVO</b>	Planificar y organizar todas las actividades de elaboración del sushi.
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dirige el mice en place en la cocina.</li> <li>2. Elabora las cotizaciones para eventos junto con la gerencia.</li> <li>3. Apoya a todos los departamentos en sus requerimientos.</li> <li>4. Coordina con el mesero el servicio del restaurante</li> <li>5. Controla las especificaciones de los insumos</li> <li>6. Proponer el listado de menús especiales y ordinarios.</li> </ol>	

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Tabla No 5****Chef de cocina frío**

<b>ÁREA</b>	Gastronomía
<b>PUESTO</b>	Chef de cocina frío
<b>OBJETIVO</b>	Innovar e implementar decoraciones, preparación de platillos fríos en carta del sushi-bar.
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar el mice en place de cocina fría.</li> <li>2. Se encarga del montaje y entrega de platos.</li> <li>3. Prepara las entradas y acompañamientos fríos.</li> <li>4. Se encarga de controlar el cuarto frío del restaurante.</li> <li>5. Descongelar de manera apropiada los alimentos especialmente los pescados y mariscos.</li> </ol>	

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Tabla No 6****Stiwar**

<b>ÁREA</b>	Gastronomía
<b>PUESTO</b>	Stiwar
<b>OBJETIVO</b>	Mantener limpio el lugar de trabajo del chef ejecutivo y de cocina fría.
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se encarga de la limpieza de la cocina.</li> <li>2. Mantiene la vajilla, cristalería en perfectas condiciones.</li> <li>3. Da a los equipos su respectivo mantenimiento.</li> <li>4. Se encarga de lavar y guardar la vajilla, cristalería y equipos.</li> <li>5. Mantiene un control de las vajillas, cristalería y equipos que tiene a su cargo.</li> </ol>	

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Tabla No 7****Mesero**

<b>ÁREA</b>	Gastronomía
<b>PUESTO</b>	Mesero
<b>OBJETIVO</b>	Se encargará de realizar la limpieza del área de servicio al cliente, excepto de la cocina.
<b>FUNCIONES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración semanal del inventario físico del local.</li> <li>2. Servicio a la mesa.</li> <li>3. Realiza el miche en place del salón.</li> <li>4. Realizan el servicio en las mesas.</li> </ol>	

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

**Cuadro N° 93**

**Matriz de Perfiles**

<b>PUESTO</b>	<b>FUNCIÓN</b>	<b>PERFIL</b>	<b>COMPETENCIAS</b>	<b>REQUISITOS</b>
Administrador	Administrar y gestionar el funcionamiento del restaurante en condiciones óptimas.	Ser un profesional ético, con capacidad de crear organizaciones diferentes y transformar las existentes en organizaciones competitivas, con visión internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa.</li> <li>• Interpretar la información contables y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales.</li> <li>• Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas del sushi bar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad : 18- 30</li> <li>• Género : Indistinto</li> <li>• Estado Indistinto</li> <li>• Domicilio : Cercano al lugar de trabajo en radio no mayor a 30 min</li> <li>• Escolaridad: Ingeniero comercial o carreras afines.</li> <li>• Idiomas : Inglés Básico</li> <li>• Experiencia: Preferentemente 2 años trabajando en restaurantes.</li> </ul>
Contador	Se encargará de cumplir con las obligaciones tributarias y laborales y realizará órdenes de pedido de los insumos.	Ser una persona visionaria capaz de crear estrategias anteponiéndose a los posibles sucesos de crisis dentro de una empresa u organización, donde la toma de decisiones es vital para llegar al éxito, por lo que el Contador es catalogado como un hombre de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad del trabajo</li> <li>• Compromiso</li> <li>• Dominio de procedimientos, usos y prácticas de la profesión</li> <li>• Adaptabilidad al cambio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad : 17- 40</li> <li>• Género : Indistinto</li> <li>• Estado Indistinto</li> <li>• Escolaridad: mínimo bachillerato en Contabilidad General.</li> <li>• Idiomas : Inglés Básico preferentemente</li> <li>• Experiencia: 2 años en trabajos afines, también debe poseer conocimiento en tributación.</li> </ul>
Cajero	Recibir y efectuar pagos de los comensales del sushi-bar con excelente atención y cordialidad.	Ser una persona amable y efectiva con el público en general.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El conteo y cambio de dinero con exactitud y rapidez; el manejo correcto de un microcomputador, registradora y calculadora.</li> <li>• Atención al cliente, técnicas actualizadas del manejo y control de caja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad : 18- 30</li> <li>• Género : Mujer</li> <li>• Estado civil : Preferentemente casado</li> <li>• Domicilio : Cercano al lugar de trabajo en radio no mayor a 30 min</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escolaridad: mínimo secundaria, mas curso de contabilidad general.</li> <li>• Idiomas : Inglés Básico</li> <li>• Experiencia: 1 año de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de caja.</li> </ul>
Chef ejecutivo	Planificar y organizar todas las actividades de elaboración del sushi.	Ser una persona comunicativa, con la capacidad de trabajar y supervisar a sus respectivos subordinados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el liderazgo en su área de responsabilidad.</li> <li>• Aplicar y fomentar la cultura organizacional</li> <li>• Negociar con otros y con grupos.</li> <li>• Establecer redes para el desarrollo personal y organizacional</li> <li>• Mantener un actitud positiva y centrada en el cliente</li> <li>• Evaluar el desempeño, valor e impacto de los servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad : 25- 45</li> <li>• Género : Indistinto</li> <li>• Estado civil : Indistinto</li> <li>• Domicilio : Cercano al lugar de trabajo en radio no mayor a 30 min</li> <li>• Escolaridad: Mínimo licenciatura en gastronomía.</li> <li>• Idiomas: Inglés y francés avanzado.</li> <li>• Experiencia: Se considera un promedio de 3 años de experiencia en Hotelería, manejando cocina internacional, preparación de Buffets, atención a centros de consumo, Administración de Recursos Humanos, Manejo de recursos humanos, financieros y materiales, así como Supervisión y Coordinación.</li> </ul>
Chef de cocina fría	Innovar e implementar decoraciones, preparación de platillos fríos en la carta del sushi-bar.	Ser una persona que posea técnicas innovadoras de descongelación de pescados y mariscos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Ética en el trabajo</li> <li>• Discreción</li> <li>• Honradez</li> <li>• Manejo de conflictos</li> <li>• Ser imparcial y objetivo con el personal a su cargo</li> <li>• Respeto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad : 18- 30</li> <li>• Género : Indistinto</li> <li>• Domicilio : Cercano al lugar de trabajo en radio no mayor a 30 min</li> <li>• Escolaridad : Mínimo licenciatura en gastronomía</li> <li>• Idiomas : Inglés Básico preferentemente</li> <li>• Experiencia: Preferente conocimiento sobre el mantenimiento de pescado y mariscos.</li> </ul>

Stiwar	Mantener limpio el lugar de trabajo del chef ejecutivo y de cocina fría.	Ser una persona con la capacidad de recibir órdenes bajo presión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planear, organizar y coordinar las actividades del personal de cocina, así como la operación del área en general.</li> <li>• 2Verificar que los sabores y presentaciones de los platillos cumplan con los estándares establecidos.</li> <li>• 3Elaborar menús para el restaurante y el comedor de empleados de acuerdo a las políticas de la empresa.</li> <li>• Determinar los costos de operación y producción del área de cocina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad : 18- 28</li> <li>• Género : Mujer</li> <li>• Estado civil : Indistinto</li> <li>• Escolaridad: 4 semestre de educación superior en gastronomía o carreras afines.</li> <li>• Idiomas : No requiere</li> <li>• Experiencia: Por lo menos 2 años en restaurantes gourmets.</li> </ul>
Mesero	Se encargará de realizar la limpieza del área de servicio al cliente, excepto de la cocina.	Ser una persona amable, limpia, responsable con capacidad de cooperación e iniciativa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar “mise en place”.</li> <li>• Preparar estación.</li> <li>• Brindar atención al cliente.</li> <li>• Preparar trabajos de fin de turno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad : 18- 30</li> <li>• Género : Indistinto</li> <li>• Estado civil : Indistinto</li> <li>• Domicilio : Cercano al lugar de trabajo en radio no mayor a 30 min</li> <li>• Escolaridad : Mínimo secundaria</li> <li>• Computo : Indistinto</li> <li>• Idiomas : Inglés Básico preferentemente</li> <li>• Experiencia: Preferente conocimiento de flameo, charoleo y secuencias de servicio, experiencia en el ramo 2 años, disponibilidad de horario.</li> </ul>

## CAPÍTULO VII

### 7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 7.1. Impactos

El análisis de impactos del proyecto se lo realizará mediante la matriz de impactos, de lo económico, sociocultural, empresarial y ambiental; para determinar si el proyecto es aceptable o no.

#### *Cuadro N° 94*

#### *Matriz de valorización*

<b>PUNTAJE</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\sum}{N1} = \frac{\text{Sumatoria de Indicadores}}{\text{Número de Indicadores}}$$

### 7.1.1. Impacto económico

*Cuadro N° 95*

#### *Impacto económico*

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Dinamización de la economía de Otavalo.						x		2
2	Ingreso Percápita					x			1
3	Aportación al PIB Nacional y provincial.					x			1
<b>TOTAL</b>									<b>4</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{4}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1,33$$

El nivel de impacto en el aspecto económico es positivo ya que disminuirá el desempleo al igual que dinamizará la economía en la ciudad de Otavalo, por lo que no tendrá gran importancia, ya que depende de otras fuentes para desarrollar la economía en esta ciudad.

### 7.1.2. Impacto socio-cultural

*Cuadro N° 96*

#### *Impacto socio-cultural*

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Calidad de vida de la población otavaleña					x			1
2	Creación de fuentes de trabajo						x		2
3	Diversificación de culturas gastronómicas						x		2
4	Bienestar social					x			1
<b>TOTAL</b>									<b>6</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{6}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1.5$$

El proyecto del sushi-bar dentro del aspecto socio cultural influye positivamente en un nivel medio ya que satisface necesidades de la sociedad otavaleña, como el hecho de proporcionar nueva gastronomía la cual ayudara a dinamizar el turismo, obteniendo como resultado el aumento de la calidad de vida de la población.

### 7.1.3. Impacto empresarial

*Cuadro N° 97*

#### *Impacto empresarial*

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Gestión de Recursos							x	3
2	Acción corporativa						x		2
3	Administración de la comercialización y proveedores						x		2
<b>TOTAL</b>									<b>7</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2.3$$

Dentro del Impacto Empresarial se prevé que tendrá una calificación de impacto medio positivo porque existirá profesionalismo y excelente clima laboral entre todas las persona que conformaran el proyecto.

### 7.1.4. Impacto ambiental

#### Cuadro N° 98

#### Impacto ambiental

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Implantación de normas de tratamiento de alimentos					x			1
2	Manejo de desechos y residuos			x					-1
3	Técnicas eficaces de reciclaje			x					-1
4	Mitigación de olores.			x					-1
<b>TOTAL</b>									<b>-2</b>

Autor: Alexander Herrera

Año: 2014

$$\text{Nivel de impacto} = -\frac{2}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = -0.5$$

Con respecto al impacto ambiental el proyecto interviene negativamente en un nivel leve, ya que este tipo de negocio genera muchos desperdicios y los olores que genera este son muy intensos.

## CONCLUSIONES

- a) En el diagnóstico situacional se pudo conocer el ambiente actual de Otavalo en la cual dio como resultado que esta ciudad presenta un atractivo para invertir en la creación de empresas gastronómicas debido a la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros
- b) La información teórica o bibliográfica fue crucial para el desarrollo del proyecto, ya que se obtuvo información importante sobre la elaboración del sushi y los instrumentos necesarios para su preparación.
- c) El estudio de mercado permitió identificar la oferta y demanda actual del mercado, el mismo que dio como resultado, la identificación de la demanda potencial a satisfacer sin dejar de lado a la competencia; por lo cual se desarrollaron estrategias de mercadotecnia para captar más mercado.
- d) En el estudio técnico del sushi-bar ayudó a identificar todas herramientas para el funcionamiento del restaurante, que va desde el talento humano hasta los insumos y maquinaria requeridos para iniciar su actividad económica.
- e) Del análisis financiero se establece que la inversión para el proyecto es 57.795,35 dólares y luego de aplicación de los evaluadores financieros como la TIR y el VAN se concluyó que la implementación del sushi-bar en la ciudad de Otavalo es factible.
- f) En el estudio organizacional y administrativo se llegó a la conclusión de que el sushi-bar contará con el personal suficientemente capacitado para laboral en la organización lo que le permitirá al restaurante desempeñar sus funciones de manera eficiente y eficaz.
- g) Por último se concluye que los impactos planteados en el proyecto son positivos, en el ámbito económico, socio cultural, empresarial y ambiental.

## RECOMENDACIONES

- A) Se recomienda que los GADS proporcionen la suficiente información para futuros proyectos, ya que por experiencia personal los datos estadísticos que fueron proporcionados por el GAD de Otavalo fueron nulos o sin existencia.
- B) Se sugiere recopilar información bibliográfica para sustentar los proyectos de investigación, lo cual permita profundizar el conocimiento de aspectos técnicos y científicos relacionados con el mismo.
- C 1) Es recomendable usar como base los resultados del estudio de mercado para diseñar las estrategias de marketing como promociones, descuentos, publicidad en medios tradicionales y no tradicionales.
- C 2) Utilizar preferiblemente datos históricos para la determinación de la oferta, en caso de que no exista dicha información se acude a las fuentes primarias como censos, entrevistas encuestas o fichas de observación para evitar información sesgada.
- D) Es importante tomar en cuenta la capacidad instalada del proyecto, para que se optimicen tiempos y espacios, de tal forma que se pueda prestar servicios de calidad.
- E) La implementación del sushi bar debe realizarse en los tiempos propuestos todo esto para garantizar el TIR y el VAN del proyecto.
- F) Capacitar a todos los trabajadores creando competencias que le permitan realizar su labor eficientemente así también crear una cultura organizacional y trabajo en equipo.
- G) Se sugiere, al final de una investigación que recopila tanto información primaria como secundaria, se analice el tipo y nivel de impactos que la empresa generará, para evaluar su proyección en el futuro.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Castallate, M. M. (2008). *La Cocina Japonesa*. Japón: Kimiko.
- Colin, J. G. (2008). *Contabilidad de Costos*. México: Mc Graw Hill.
- Estado. (1998). *Ley de Companias*. Quito: Estado.
- JUN-ICHI. (2008). Reportaje especial ¡a comer! La cultura japonesa en la cocina. *NIPONA*  
*No. 36, 4.*
- Kimiko, B. (2008). *Cocina Japonesa Auténtica*. Japón: Origo.
- Kimiko, B. (2008). *La cocina japonesa*. Japón: Blume.
- Klotter, A. (2011). *Planificación Estratégica*. USA: Gray.
- Lamb, C., & McDaniel, J. (2009). *Marketing*. México: Hill.
- Monteros, E. (2005). *Manual de gestion microempresarial*. Ibarra: Universitaria.
- Pelton, L. (2005). *Canales de Marketing y Distribución Comercial*. Publicaciones México.
- Ruiz, J. F. (2008). *Metodología de la Investigación*. México: LNS.
- SRI. (2014). Personas Naturales Obligadas a llevar Contabilidad. *Mi Guia Tributaria*, 2-30.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.

**LINKOGRAFÍA**

- Buces, J. (13 de Septiembre de 2012). *Slideshare*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/jbucos/la-empresa-14271455>
- Cavia, M. (20 de Junio de 2012). *Slide Share*. Obtenido de [http://www.slideshare.net/alexjerreri/savedfiles?s\\_title=concepto-de-empresa-y-pymes&user\\_login=MarlyFlaviaCaviaRamos](http://www.slideshare.net/alexjerreri/savedfiles?s_title=concepto-de-empresa-y-pymes&user_login=MarlyFlaviaCaviaRamos)
- Fernández, J. C. (07 de Enero de 2009). *Slideshare*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/jcfdezmx2/administracin-de-empresas-presentation>
- Gómez, N. (22 de Septiembre de 2012). *Slideshare*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/natalianunezgomez1/concepto-e-importancia-de-empresa>
- Itamae. (2011). *Homeitamae*. Obtenido de <http://www.homeitamae.com/2011/01/sushi-zu-el-aderezo-para-al-arroz-gohan-para-sushi/>
- Morales, C. (14 de Enero de 2011). *Slideshare*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/cmmc1957/unidad-3-estudio-del-mercado>
- Zambrano, L. (12 de Marzo de 2012). *Slideshare*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/LuisZambrano5/la-oferta-y-demanda>

# ANEXOS

## ANEXO No.1



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE OTAVALO, TURISTAS  
 NACIONALES Y EXTRANJEROS**

**Objetivo:** Identificar el nivel de demanda de sushi en la ciudad de Otavalo.

**Instrucciones:**

Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que usted considere pertinente. La información que aquí provea es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

**Habitante de Otavalo ( )      Turista local ( )      Turista extranjero ( )**

**Cuestionario:**

**GUSTOS Y PREFERENCIAS**

**1.** ¿Le gusta consumir pescado o mariscos?

Si ( )

No ( )

**TIEMPO**

**2.** ¿Con qué frecuencia visita usted un restaurante?

Diariamente ( )

Fines de semana ( )

Solo días feriados ( )

**GUSTOS Y PREFERENCIAS**

3. ¿Con quién frecuenta los restaurantes?

Familia

Amigos

Pareja

**GUSTOS Y PREFERENCIAS**

4. ¿Qué tipo de restaurante prefiere visitar?

Donde exista un solo tipo de menú

Donde exista menús variados

**SERVICIO**

5. ¿Qué es lo que más valora en un restaurante?

Calidad de la comida

Cantidad de comida

Atención y servicio

Precios

Otros

**GUSTOS Y PREFERENCIAS**

6. ¿Qué tipo de platillos prefiere servirse en un restaurante?

Comida casera

Pescados y mariscos

Platos a la carta

Comida vegetariana

Asados y parrilladas

**PRECIOS**

7. ¿Cuánto dinero destina para comida en restaurantes en la semana por familia?

0 – 10 \$

10 – 20 \$

20 – 30 \$

30 – 40 \$

40 – 60 \$

**NIVEL DE ACEPTACIÓN**

8. ¿Estaría dispuesto/a ha asistir a un restaurante que oferte sushi en la ciudad Otavalo?

Si

No

**SERVICIO**

9. ¿Le gustaría que exista una fusión de los platillos japoneses con productos ecuatorianos?

Si

No

**PRECIOS**

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una porción de sushi (1 rollito)?

6-8\$

9-15\$

Más de 20\$

**SERVICIO**

11. ¿Qué le gustaría que se oferte para acompañar al sushi?

Trozos de pescado apanado

Baritas de calamar

Chicharrón de pescado

Otros. ¿Cuáles?

Nada

**SERVICIO**

12. ¿Qué servicio adicional desearía que le brinde este restaurante?

Karaoke

Parqueadero privado

Internet

Área para niños

Envío a domicilio

**SERVICIO**

13. ¿Cómo desearía realizar el pago de lo que usted consumiría en el Sushi-bar?

Efectivo

Tarjeta de crédito

**COMPETENCIA**

14. ¿Conoce otros lugares donde se expendan comida japonesa como el sushi en la provincia de Imbabura?

SI

No

Donde.....

**PROMOCIÓN**

15. ¿Qué promociones le gustaría que se apliquen en el Sushi bar?

Descuentos

Más productos

Otros ¿Cuáles?

**ANEXO No.2****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ENTREVISTA DIRIGIDA AL CHEF DE SWISSOTEL****Nombre:****Fecha:****Objetivo:** Identificar los insumos, procedimientos y equipos para la elaboración de sushi.**INGREDIENTES**

1. ¿Cuáles son los ingredientes básicos para elaborar el sushi?
2. ¿Qué tipos de pescado son los más apropiados para la elaboración de sushi?

**PROCESOS DE ELABORACIÓN**

3. ¿Cuál es el proceso básico para la elaboración del sushi?
4. ¿Se requiere algún equipo especial para la elaboración del sushi?

**COSTOS**

5. ¿Cuáles son los costos promedio para la elaboración de un rollo de sushi?

**ABASTECIMIENTO DE INSUMOS**

6. ¿De acuerdo a su experiencia en qué lugares se puede conseguir los insumos y equipos para elaborar sushi?

## ANEXO No.3



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
**FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA AL LOCAL SUTTON SUSHI EN LA  
 CIUDAD DE IBARRA**

**OBJETIVO:** Realizar el análisis de la oferta para la comercialización del producto.

Maki sushi	Precios	
	Rollo	½ rollo
Vegetariano		
Atún ahumado		
Calamar		
Anchoa		
Camarón		
Cangrejo 1		
Cangrejo 2		
Salmón		
Anguila		
Salmón ahumado		

Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## ANEXO No.4



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
**FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA A SUPERMAXI EN LA CIUDAD DE  
 IBARRA**

**OBJETIVO:** Realizar el análisis de la oferta para la comercialización del producto.

### Salmón

MARCA	PESO (gr)	PRECIO (dólares)
South Wind		
Terranova		
Terranova		
Salmón Supermaxi		

Autor: Alexander Herrera  
 Año: 2014

## ANEXO No.5

**ANEXO INSUMO DE PLATOS PROYECTADOS  
COSTOS DE INSUMOS**

<b>AÑO 1</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arroz japonés	1	Funda	9,71	19,42	135,93	543,72	6.524,58
Alga Nori	1	Fundita	5,06	126,59	886,10	3.544,38	42.532,56
Atún	1	Libra	3,13	31,32	219,24	876,96	10.523,52
Salmon	1	Libra	19,93	99,65	697,55	2.790,19	33.482,33
Camarón	1	Libra	5,22	26,10	182,70	730,80	8.769,60
Cangrejo	1	Sarta	15,66	15,66	109,62	438,48	5.261,76
Pulpo	1	Libra	2,09	10,44	73,08	292,32	3.507,84
Calamar	1	Libra	4,18	20,88	146,16	584,64	7.015,68
Sake	1	Botella	13,89	27,77	194,39	777,57	9.330,85
<b>TOTAL</b>			<b>78,86</b>	<b>377,82</b>	<b>2.644,77</b>	<b>10.579,06</b>	<b>126.948,73</b>
<b>AÑO 2</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arroz japonés	1	Funda	10,14	20,27	141,91	567,64	6.811,66
Alga Nori	1	Fundita	5,29	132,15	925,08	3.700,33	44.403,99
Atún	1	Libra	3,27	32,70	228,89	915,55	10.986,55
Salmon	1	Libra	20,81	104,03	728,24	2.912,96	34.955,56
Camarón	1	Libra	5,45	27,25	190,74	762,96	9.155,46
Cangrejo	1	Sarta	16,35	16,35	114,44	457,77	5.493,28
Pulpo	1	Libra	2,18	10,90	76,30	305,18	3.662,18
Calamar	1	Libra	4,36	21,80	152,59	610,36	7.324,37
Sake	1	Botella	14,50	28,99	202,95	811,78	9.741,41
<b>TOTAL</b>			<b>82,33</b>	<b>394,45</b>	<b>2.761,13</b>	<b>11.044,54</b>	<b>132.534,47</b>
<b>AÑO 3</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arroz japonés	1	Funda	10,58	21,16	148,15	592,61	7.111,38
Alga Nori	1	Fundita	5,52	137,97	965,79	3.863,15	46.357,77
Atún	1	Libra	3,41	34,14	238,96	955,83	11.469,96
Salmon	1	Libra	21,72	108,61	760,28	3.041,13	36.493,60
Camarón	1	Libra	5,69	28,45	199,13	796,53	9.558,30
Cangrejo	1	Sarta	17,07	17,07	119,48	477,92	5.734,98

Pulpo	1	Libra	2,28	11,38	79,65	318,61	3.823,32
Calamar	1	Libra	4,55	22,76	159,31	637,22	7.646,64
Sake	1	Botella	15,13	30,27	211,88	847,50	10.170,03
<b>TOTAL</b>			<b>85,96</b>	<b>411,80</b>	<b>2.882,62</b>	<b>11.530,50</b>	<b>138.365,99</b>
<b>AÑO 4</b>							
<b>CONCEPTO</b>		<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arroz japonés	1	Funda	11,05	22,10	154,67	618,69	7.424,28
Alga Nori	1	Fundita	5,76	144,04	1.008,28	4.033,13	48.397,51
Atún	1	Libra	3,56	35,64	249,47	997,89	11.974,64
Salmon	1	Libra	22,68	113,39	793,74	3.174,94	38.099,32
Camarón	1	Libra	5,94	29,70	207,89	831,57	9.978,87
Cangrejo	1	Sarta	17,82	17,82	124,74	498,94	5.987,32
Pulpo	1	Libra	2,38	11,88	83,16	332,63	3.991,55
Calamar	1	Libra	4,75	23,76	166,31	665,26	7.983,09
Sake	1	Botella	15,80	31,60	221,20	884,79	10.617,52
<b>TOTAL</b>			<b>89,74</b>	<b>429,92</b>	<b>3.009,46</b>	<b>12.037,84</b>	<b>144.454,09</b>
<b>AÑO 5</b>							
<b>CONCEPTO</b>		<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arroz japonés	1	Funda	11,53	23,07	161,48	645,91	7.750,95
Alga Nori	1	Fundita	6,02	150,38	1.052,65	4.210,58	50.527,00
Atún	1	Libra	3,72	37,21	260,45	1.041,79	12.501,53
Salmon	1	Libra	23,68	118,38	828,66	3.314,64	39.775,69
Camarón	1	Libra	6,20	31,01	217,04	868,16	10.417,94
Cangrejo	1	Sarta	18,60	18,60	130,22	520,90	6.250,76
Pulpo	1	Libra	2,48	12,40	86,82	347,26	4.167,18
Calamar	1	Libra	4,96	24,80	173,63	694,53	8.334,35
Sake	1	Botella	16,50	32,99	230,93	923,72	11.084,69
<b>TOTAL</b>			<b>93,69</b>	<b>448,84</b>	<b>3.141,88</b>	<b>12.567,51</b>	<b>150.810,07</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## ANEXO No.6

## ANEXO INSUMOS PARA SAZÓN PROYECTADOS

<b>COSTOS DE INSUMOS INDIRECTOS</b>							
<b>AÑO 1</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Vinagre	1	Botella	1,57	3,13	21,92	87,70	1.052,35
Sal	1	Funda	0,89	0,8874	6,21	24,85	298,17
Azúcar	1	Libra	1,04	1,04	7,31	29,23	350,78
Jengibre	1	Raíz	1,04	2,09	14,62	58,46	701,57
Zanahoria	1	Funda	4,18	8,35	58,46	233,86	2.806,27
Soya	1	Botella	1,57	3,13	21,92	87,70	1.052,35
<b>TOTAL</b>			<b>10,28</b>	<b>18,64</b>	<b>130,45</b>	<b>521,79</b>	<b>6.261,49</b>
<b>AÑO 2</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Vinagre	1	Botella	1,63	3,27	22,89	91,55	1.098,66
Sal	1	Funda	0,93	0,8874	6,21	24,85	298,17
Azúcar	1	Libra	1,09	1,09	7,63	30,52	366,22
Jengibre	1	Raíz	1,09	2,18	15,26	61,04	732,44
Zanahoria	1	Funda	4,36	8,72	61,04	244,15	2.929,75
Soya	1	Botella	1,63	3,27	22,89	91,55	1.098,66
<b>TOTAL</b>			<b>10,74</b>	<b>19,42</b>	<b>135,91</b>	<b>543,66</b>	<b>6.523,88</b>
<b>AÑO 3</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Vinagre	1	Botella	1,71	3,41	23,90	95,58	1.147,00
Sal	1	Funda	0,97	0,97	6,77	27,08	324,98
Azúcar	1	Libra	1,14	1,14	7,97	31,86	382,33
Jengibre	1	Raíz	1,14	2,28	15,93	63,72	764,66
Zanahoria	1	Funda	4,55	9,10	63,72	254,89	3.058,66
Soya	1	Botella	1,71	3,41	23,90	95,58	1.147,00
<b>TOTAL</b>			<b>11,21</b>	<b>20,31</b>	<b>142,18</b>	<b>568,72</b>	<b>6.824,63</b>
<b>AÑO 4</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Vinagre	1	Botella	1,78	3,56	24,95	99,79	1.197,46
Sal	1	Funda	1,01	1,01	7,07	28,27	339,28

Azúcar	1	Libra	1,19	1,19	8,32	33,26	399,15
Jengibre	1	Raíz	1,19	2,38	16,63	66,53	798,31
Zanahoria	1	Funda	4,75	9,50	66,53	266,10	3.193,24
Soya	1	Botella	1,78	3,56	24,95	99,79	1.197,46
<b>TOTAL</b>			<b>11,70</b>	<b>21,21</b>	<b>148,44</b>	<b>593,74</b>	<b>7.124,91</b>
<b>AÑO 5</b>							
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR DIARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Vinagre	1	Botella	1,86	3,72	26,04	104,18	1.250,15
Sal	1	Funda	1,05	1,05	7,38	29,52	354,21
Azúcar	1	Libra	1,24	1,24	8,68	34,73	416,72
Jengibre	1	Raíz	1,24	2,48	17,36	69,45	833,44
Zanahoria	1	Funda	4,96	9,92	69,45	277,81	3.333,74
Soya	1	Botella	1,86	3,72	26,04	104,18	1.250,15
<b>TOTAL</b>			<b>4,57</b>	<b>12,22</b>	<b>22,14</b>	<b>154,97</b>	<b>7.438,41</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## ANEXO No.7

## Anexo talento humano proyectado

AÑO 1										
ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	Aporte Patronal	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Chef Ejecutivo	1	380,00	380,00	31,67	30,83	42,37	0	484,87	5.818,44
	Chef de cocina fría	1	340,00	340,00	28,33	30,83	37,91	0	437,08	5.244,92
	Stiwar	1	340,00	340,00	28,33	30,83	37,91	0	437,08	5.244,92
	Mesero	1	340,00	340,00	28,33	30,83	37,91	0	437,08	5.244,92
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1.400,00</b>	<b>1.400,00</b>	<b>116,67</b>	<b>123,33</b>	<b>156,10</b>	<b>0</b>	<b>1.796,10</b>	<b>21.553,20</b>
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	400,00	400,00	33,33	30,83	44,60	0	508,77	6.105,20
	Contador	1	355,00	355,00	29,58	30,83	39,58	0	455,00	5.459,99
	Cajero	1	340,00	340,00	28,33	30,83	37,91	0	437,08	5.244,92
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>3</b>	<b>1.095,00</b>	<b>1.095,00</b>	<b>91,25</b>	<b>92,50</b>	<b>122,09</b>	<b>0</b>	<b>1.400,84</b>	<b>16.810,11</b>
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>2.495,00</b>	<b>2.495,00</b>	<b>207,92</b>	<b>215,83</b>	<b>278,19</b>	<b>0</b>	<b>3.196,94</b>	<b>38.363,31</b>	
AÑO 2										
ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	IESS	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Chef Ejecutivo	1	414,20	414,20	34,52	33,58	46,18	34,52	563,00	6.756,00
	Chef de cocina fría	1	370,60	370,60	30,88	33,58	41,32	30,88	507,27	6.087,26
	Stiwar	1	370,60	370,60	30,88	33,58	41,32	30,88	507,27	6.087,26

	Mesero	1	370,60	370,60	30,88	33,58	41,32	30,88	507,27	6.087,26
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1.526,00</b>	<b>1.526,00</b>	<b>127,17</b>	<b>134,33</b>	<b>170,149</b>	<b>127,17</b>	<b>2.084,82</b>	<b>25.017,79</b>
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	436,00	436,00	36,33	33,58	48,61	36,33	590,86	7.090,37
	Contador	1	386,95	386,95	32,25	33,58	43,14	32,25	528,17	6.338,04
	Cajero	1	370,60	370,6	30,88	33,58	41,32	30,88	507,27	6.087,26
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>3</b>	<b>1.193,55</b>	<b>1.193,55</b>	<b>99,46</b>	<b>100,75</b>	<b>133,08</b>	<b>99,46</b>	<b>1.626,31</b>	<b>19.515,67</b>
<b>TOTAL</b>		<b>7</b>	<b>2.719,55</b>	<b>2.719,55</b>	<b>226,63</b>	<b>235,08</b>	<b>303,23</b>	<b>226,63</b>	<b>6.430,67</b>	<b>44.533,46</b>
<b>AÑO 3</b>										
ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	IESS	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Chef Ejecutivo	1	451,48	451,48	37,62	36,67	50,34	0,00	576,11	6.913,32
	Chef de cocina fría	1	403,95	403,95	33,66	36,67	45,04	0,00	519,32	6.231,84
	Stiwar	1	403,95	403,95	33,66	36,67	45,04	0,00	519,32	6.231,84
	Mesero	1	403,95	403,95	33,66	36,67	45,04	0,00	519,32	6.231,84
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1.663,33</b>	<b>1.663,33</b>	<b>138,61</b>	<b>146,67</b>	<b>185,46</b>	<b>0,00</b>	<b>2.134,07</b>	<b>25.608,83</b>
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	475,24	475,24	39,60	36,67	52,99	0,00	604,50	7.253,99
	Contador	1	421,78	421,78	35,15	36,67	47,03	0,00	540,62	6.487,48
	Cajero	1	403,95	403,95	33,66	36,67	45,04	0,00	519,32	6.231,84
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>3</b>	<b>1.300,97</b>	<b>1.300,97</b>	<b>108,41</b>	<b>110</b>	<b>145,06</b>	<b>0,00</b>	<b>1.664,44</b>	<b>19.973,31</b>
<b>TOTAL</b>		<b>7</b>	<b>2.964,30</b>	<b>2.964,30</b>	<b>247,03</b>	<b>256,67</b>	<b>330,52</b>	<b>0,00</b>	<b>6.762,81</b>	<b>45.582,13</b>

AÑO 4										
ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	IESS	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Chef Ejecutivo	1	492,11	492,11	41,01	40,00	54,87	0	627,99	7.535,87
	Chef de cocina fría	1	440,31	440,31	36,69	40,00	49,09	0,00	566,10	6.793,16
	Stiwar	1	440,31	440,31	36,69	40,00	49,09	0,00	566,10	6.793,16
	Mesero	1	440,31	440,31	36,69	40,00	49,09	0,00	566,10	6.793,16
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1.813,04</b>	<b>1.813,04</b>	<b>151,09</b>	<b>160,00</b>	<b>202,15</b>	<b>0,00</b>	<b>2.326,28</b>	<b>27.915,37</b>
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	518,01	518,01	43,17	40,00	57,76	0,00	658,94	7.907,23
	Contador	1	459,74	459,74	38,31	40,00	51,26	0	589,31	7.071,75
	Cajero	1	440,31	440,31	36,69	40,00	49,09	0,00	566,10	6.793,16
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>3</b>	<b>1.418,06</b>	<b>1.418,06</b>	<b>118,17</b>	<b>120</b>	<b>158,11</b>	<b>0,00</b>	<b>1.814,35</b>	<b>21.772,14</b>
<b>TOTAL</b>		<b>7</b>	<b>3.231,10</b>	<b>3.231,10</b>	<b>269,26</b>	<b>280,00</b>	<b>360,27</b>	<b>0,00</b>	<b>5.610,49</b>	<b>49.687,51</b>
AÑO 5										
ÁREA	CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO TOTAL	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to	IESS	FONDO DE RESERVA	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
OPERATIVA	Chef Ejecutivo	1	536,28	536,28	44,69	43,60	59,80	44,69	729,06	8.748,66
	Chef de cocina fría	1	479,94	479,94	40,00	43,60	53,51	40,00	657,04	7.884,52
	Stiwar	1	479,94	479,94	40,00	43,60	53,51	40,00	657,04	7.884,52
	Mesero	1	479,94	479,94	40,00	43,60	53,51	40,00	657,04	7.884,52
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1.976,10</b>	<b>1.976,10</b>	<b>164,68</b>	<b>174,40</b>	<b>220,33515</b>	<b>164,68</b>	<b>2.700,19</b>	<b>32.402,22</b>
ADMINISTRATIVA	Gerente	1	564,63	564,63	47,05	43,60	62,96	47,05	765,29	9.183,49
	Contador	1	501,12	501,12	41,76	43,60	55,87	41,76	684,11	8.209,38
	Cajero	1	479,94	479,94	40,00	43,60	53,51	40,00	657,04	7.884,52
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>3</b>	<b>1.545,69</b>	<b>1.545,69</b>	<b>128,81</b>	<b>130,8</b>	<b>172,34</b>	<b>128,81</b>	<b>2.106,45</b>	<b>25.277,39</b>
<b>TOTAL</b>		<b>7</b>	<b>3.521,79</b>	<b>3.521,79</b>	<b>293,48</b>	<b>305,20</b>	<b>392,68</b>	<b>293,48</b>	<b>8.328,42</b>	<b>57.679,62</b>

## ANEXO No.8

## Anexo gastos operacionales

SUMINISTROS, SERVICIOS Y OTROS GASTOS	Año 1	CIF		Año 2	CIF		Año 3	CIF		Año 4	CIF		Año 5	CIF	
		Variable 70%	Fijo 30%												
Consumo de energía	375,84	263,09	112,752	392,38	274,66	117,71	409,64	286,75	122,89	427,67	299,37	128,30	446,48	312,54	133,94
Consumo de agua	187,92	131,54	56,376	196,19	137,33	58,86	204,82	143,37	61,45	213,83	149,68	64,15	223,24	156,27	66,97
Consumo telefónico e Internet	225,5	157,85	67,65	235,42	164,80	70,63	245,78	172,05	73,73	256,59	179,62	76,98	267,89	187,52	80,37
Instrumentos de limpieza	250,56	175,392	75,17	261,58	183,11	78,48	273,09	191,166	81,93	285,11	199,58	85,53	297,66	208,36	89,30
Combustible-Gas	112,75	78,93	33,83	117,71	82,40	35,31	122,89	86,02	36,87	128,30	89,81	38,49	133,94	93,76	40,18
Mantenimiento de la Maquinaria	501,12	350,78	150,34	523,17	366,22	156,95	546,19	382,33	163,86	570,22	399,15	171,07	595,31	416,72	178,59
<b>Total</b>		<b>1157,58</b>	<b>496,11</b>		<b>1208,52</b>	<b>517,94</b>		<b>1261,69</b>	<b>540,72</b>		<b>1317,21</b>	<b>564,52</b>		<b>1375,16</b>	<b>589,36</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014

## ANEXO No.9

## Determinación del precio

AÑO	PLATO TÍPICO	PRODUCCIÓN	MPD	MPI	MOD	CIF	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO VARIABLE UNITARIO
						GASTOS SERVICIOS 70%		
2015	SUSHI	4.801					155.921,01	5,41
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>28.806</b>	126.948,73	6.261,49	21.553,20	1157,58		
2016	SUSHI	4.884					165.284,66	5,64
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>29.304</b>	132.534,47	6.523,88	25.017,79	1208,52		
2017	SUSHI	4.967					172.061,14	5,77
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>29.802</b>	138.365,99	6.824,63	25.608,83	1261,69		
2018	SUSHI	5.050					180.811,58	5,97
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>30.300</b>	144.454,09	7.124,91	27.915,37	1317,21		
2019	SUSHI	5.134					192.025,87	6,23
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>30.804</b>	150.810,07	7.438,41	32.402,22	1375,16		

COSTO FIJO			COSTO FIJO TOTAL	COSTO FIJO UNITARIO	CT	CTU	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	VENTAS TOTALES
GASTOS SERVICIOS 30%	SUELDOS ADMINISTRATIVOS	GASTO PUBLICIDAD							
496,11	16.810,11	1.503,36	<b>18.809,58</b>	0,65	<b>174.730,58</b>	<b>6,07</b>	1,82	<b>7,89</b>	<b>227.149,76</b>
517,94	19.515,67	1.571,51	<b>21.605,11</b>	0,74	<b>186.889,77</b>	<b>6,38</b>	1,91	<b>8,29</b>	<b>242.956,70</b>
540,72	19.973,31	1.641,57	<b>22.155,60</b>	0,74	<b>194.216,73</b>	<b>6,52</b>	1,96	<b>8,47</b>	<b>248.262,71</b>
564,52	21.772,14	1.714,66	<b>24.051,32</b>	0,79	<b>204.862,90</b>	<b>6,76</b>	2,03	<b>8,79</b>	<b>266.321,77</b>
589,36	25.277,39	1790,11	<b>27.656,86</b>	0,90	<b>219.682,72</b>	<b>7,13</b>	2,14	<b>9,27</b>	<b>285.587,54</b>

Autor: Alexander Herrera  
Año: 2014