



UEES
UNIVERSIDAD ESPIRITU SANTO



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
TÍTULO: INGENIERÍA EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN
BAR RESTAURANTE DE SUSHI
NORI SUSHI BAR**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

STEFANIA BERGHER

NOMBRE DEL TUTOR:

FANNY MANNER

CUENCA, 28 DE AGOSTO DE 2017

ÍNDICE GENERAL

	PÁG.
1) ÍNDICE GENERAL	03
2) JUSTIFICACIÓN	05
3) PROBLEMA A RESOLVER	07
4) OBJETIVO GENERAL	08
5) RESUMEN EJECUTIVO	08
6) MISIÓN Y VISIÓN	09
7) METAS	10
8) VIABILIDAD LEGAL (PERMISOS, LICENCIAS, REGISTRO DE MARCAS)	11
9) ANÁLISIS DE MERCADOS	17
9.1 MERCADO OBJETIVO.	18
9.2 ANÁLISIS PESTAL	20
9.3 ANÁLISIS FODA	24
9.4 ANÁLISIS DE LAS 4 PS	24
9.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA	40
9.6 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN	59
9.7 ACCIONES DE PROMOCIÓN	60
9.8 CANAL DE DISTRIBUCIÓN	61
10) ANÁLISIS OPERATIVO.	62
10.1 LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES.	62

10.2 MÉTODO DE PRODUCCIÓN	
10.3 CAPACIDAD INSTALADA	
10.4 CADENA DE ABASTECIMIENTO-DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS.	66
10.5 RECURSOS HUMANOS	69
11) ANÁLISIS FINANCIERO.	77
11.1 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS A 5 AÑOS	90
11.2 FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS	91
11.3 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	92
11.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.	93
11.5 ANÁLISIS DE TASA INTERNA DE RETORNO, ÍNDICE DE RENTABILIDAD, VALOR ACTUAL NETO, RETORNO DE LA INVERSIÓN.	93
12) VIABILIDAD DEL PROYECTO (CONCLUSIONES).	94
13) BIBLIOGRAFÍA.	96

JUSTIFICACIÓN

Como indica el Plan Nacional del Buen Vivir se debe fortalecer la identidad nacional y es por esto que aun cuando la propuesta en cuestión abarca la cultura japonesa la idea es fusionar sabores, culturas, costumbres, formas de vida de Cuenca y del Ecuador en general, para incluir mayor interés al producto. Básicamente, la idea de este proyecto es realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante japonés que responda a las exigencias del consumidor, que se posicione del mercado, llegando a ser el primero en su área en la ciudad de Cuenca y que promueva el interés a nivel turístico y, de acceso a los regionales; a tiempo de ocio de calidad. Además, se pretende captar a los turistas nacionales y extranjeros, mediante un excelente servicio, dejando en ellos el gozo de ser bien atendidos y al retirarse de la ciudad o del país tengan el deseo de retornar pronto.

Concretamente, la Propuesta de Plan de Negocios para crear un restaurante de comida japonesa, específicamente de sushi, en la ciudad de Cuenca; se debe a que en la urbe no se dispone de sitios gastronómicos y novedosos a dónde acudir y este restaurante, brindará precios accesibles para personas de recursos medios, un servicio de calidad, higiene, confort y buen ambiente que enlazado a las estrategias de marketing; va a causar un atractivo comercial a las personas de dicho sector, para que poco a poco por medio de la publicidad, llegar a ser reconocido en todo Cuenca, generando una gran rentabilidad.

También, la decisión de crear este restaurante se debe a que no hay muchas barreras de entrada, ya que los permisos son factibles, la comunidad del lugar está acostumbrada a este tipo de comercio y ni hay competencia en la zona, pues es cierto que existen otros restaurantes que elaboran comida japonesa pero no en este sector y los que hay no se comparan en servicios, calidad y precio ya que se hizo un estudio de costos donde se demuestra.

Por esto, con “NORI SUSHI BAR”, se pretende captar comensales exigentes e informados generando un negocio innovador que contribuya a brindar una alimentación sana como el sushi el cual es un producto muy nutritivo (En forma 180, s.f.), que será ofrecido en un ambiente proclive al descanso y ocio de calidad. Se indica que es innovador, aun cuando el concepto de sushi es muy antiguo; debido a que en la ciudad de Cuenca solo existen dos restaurantes que ofrecen este producto, de los cuales solo uno tiene el servicio como bar-restaurante y los precios son poco asequibles por el comensal común.

De esta manera, al ofertar esta propuesta de sushi se pretende no solo proponer comida más saludable sino también marcar una diferencia en cuanto al costo del producto ya que en Ecuador el sushi es reconocido como una comida costosa a la que solo puede acceder cierto sector económico de la comunidad, sin embargo, el costo de elaboración es bajo y al proponer mejor beneficio versus costo, pues muchas personas que gusten de este producto y que por razones financieras no podían consumirlo, ahora tendrán la opción de conocer más de esta cultura y su gastronomía.

Asimismo, la idea de crear un restaurante especializado en comida japonesa, llamado “NORI SUSHI BAR”, fue fundar un sitio al que los cuencanos acudirán para degustar los más ricos y exquisitos platos japoneses incluyendo por supuesto el protagonista, el sushi, el cual estará disponible en una amplia variedad. Además, se implementará un espacio donde las personas puedan entretenerse con sus familias y/o amistades, disfrutando de bebidas alcohólicas y no alcohólicas que tengan un toque asiático y a su vez ecuatoriano, es decir, mezclando las culturas para su mayor aceptación.

PROBLEMA A RESOLVER

Cuenca cuenta tan solo con dos opciones de entretenimiento gastronómico de este tipo de negocio como es el sushi – bar; concretamente en los días laborables los horarios son muy limitados pudiendo acudir tan solo hasta las 10 pm a estos dos sitios ya antes mencionados; estos días en los cuales el trajín del trabajo por una parte y de los estudios por otro, hacen que a veces se eleve el nivel de stress, se requiere salir de la rutina y la monotonía a un lugar o sitio de esparcimiento para relajarse y desestresarse.

Por otra parte:

El último estudio económico realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) reveló que hay cuatro tipos de negocios que prefieren abrir los ecuatorianos: una tienda (87.244), un restaurante

(33.938), una peluquería (14.426) y tener un local de “discos piratas”

(4.165). (Diario El Telégrafo, s.f.)

Uniendo un aspecto con el otro, es decir, los pocos lugares de esparcimiento con los tipos de negocio que prefieren abrir los ecuatorianos y que se infiere que son los más rentables; ha llevado a la visualización de este problema por parte de la autora quien se ha enfocado en la creación de un proyecto de restaurant-bar, con el propósito de satisfacer la necesidad del público, de poder salir a un lugar y disfrutar de una comida agradable y nutritiva en compañía de familiares y/o amistades, al mismo tiempo en su interior tener la opción de un bar con un contexto al estilo japonés; con un ambiente musical, suave, cálido y relajante.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante japonés que responda a las exigencias del consumidor, que se posicione del mercado, llegando a ser el primero en su área en la ciudad de Cuenca y que promueva el interés a nivel turístico y de acceso a los regionales; a tiempo de ocio de calidad.

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo del gusto por la comida japonesa entre los ecuatorianos ha empezado a desarrollarse en los últimos años, sin embargo, no ha dejado de ser un plato elitico, de allí que NORI SUSHI BAR pasa a ser una buena opción para

cualquier tipo de ocasión, brindando a sus clientes la oportunidad de contar con un servicio de primera calidad que no solo podrá ser disfrutado en las instalaciones del restaurante sino que también les ofrecerá servicios delivery (a domicilio), contará con servicio take out (comida para llevar) y con un servicio especial para fiestas y reuniones. Asimismo, busca diferenciarse de los demás restaurantes en la ciudad de Cuenca, gracias a aspectos como la calidad en la comida y en el servicio, relación entre calidad y precio, el valor agregado que se ofrecerá al público y la originalidad de sus platos.

De allí que los objetivos específicos que se plantea son: 1. Elaborar un estudio de mercadeo para obtener y analizar información acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores. 2. Realizar un plan de mercadeo para definir las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del producto. 3. Definir la visión y misión del restaurante Nori Sushi Bar en la ciudad de Cuenca y, 4. Realizar un análisis de los principales competidores.

MISIÓN Y VISIÓN

Misión.

Nori Sushi Bar es un restaurante de comida japonesa que satisface y brinda un ambiente agradable y único para toda la familia, adaptándose a las necesidades de cada cliente, complaciendo las expectativas gastronómicas de los mismos, ofreciendo productos de primera calidad y excelencia.

Visión.

Posicionar, en cinco años, el NORI SUSHI BAR, como el mejor restaurante de sushi de la ciudad de Cuenca; paladín en la innovación y presentación de platos que responda a cualquier reto del consumidor.

METAS

1. Posicionarse como líder del mercado en propuesta de comida japonesa en un periodo de 5 años.
2. Recuperar la inversión dentro de un periodo de 3 años.
3. Crear un plan de marketing que permita generar visitas promedio diarios de 25 personas para de esa forma justificar el costo diario y que el negocio sea rentable.

VIABILIDAD LEGAL

Permisos generales en la ciudad de Cuenca para apertura de un restaurante

(permisos, licencias, registro de marcas)

Cuadro 1: Instrumentos legales

VIABILIDAD LEGAL	
Instrumento	Organismo
Permiso de Funcionamiento. Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos. Certificado de Salud Ocupacional.	Ministerio de Salud Pública.
Categorización.	Ministerio de Industrias y Productividad
Categorización. Solicitud para permiso de funcionamiento.	Ministerio de Turismo
Permiso de funcionamiento. Patente de Licores.	Alcaldía o Municipalidad de Cuenca.
Permiso de funcionamiento.	Bomberos
RUC O RISE.	Servicio de Rentas Internas (SRI)
Permiso de funcionamiento.	Intendencia de Policía del Azuay
Registro Mercantil.	Cámara de Comercio de Azuay.
Registro de Nombre.	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

Fuente: Elaboración propia

Ministerio de Salud Pública.

1. Permiso de Funcionamiento.

El trámite de renovación o por primera vez se realiza en la Dirección Provincial y en las áreas de salud más cercanas. Se debe presentar una

solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial de Salud, con nombre, número de cédula o del Registro Único de Contribuyentes (RUC); nombre o razón social o denominación del establecimiento; actividad que se realiza y la ubicación. Además, se debe adjuntar el RUC, plano del establecimiento a escala 1:50; croquis de la ubicación del establecimiento; permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos y las copias de los certificados ocupacionales del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de salud público. Para Restaurante-Bar tiene un costo en dólares de:

Lujo 381.60

Primera 152.64

Segunda 76.32

Tercera 38.16

Cuarta 15.26

2. Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos.

El certificado lo otorga la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), luego de la capacitación en manipulación de alimentos. Es gratuito.

3. Certificado de Salud Ocupacional.

Para obtener el certificado de salud ocupacional, se deben presentar los siguientes exámenes de laboratorio: biometría hemática, coproparasitario, EMO (Elemental y Microscópico de Orina), exámenes de glucosa,

exámenes de colesterol, exámenes de triglicéridos y, exámenes de ácido úrico. El Certificado no tiene costo.

Ministerio de Industrias y Productividad.

1. Categorización.

Para obtener la categorización de parte del Ministerio de Industrias y Productividad se requiere: Contar con el RUC vigente en el SRI. Encontrarse al día en obligaciones tributarias con el SRI. Tener registrado en el SRI su dirección de correo electrónico. Además, constar como empleador registrado en el IESS, tener a sus empleados afiliados en el IESS y encontrarse exento de mora patronal. Luego, se podrá acceder a la página web del Ministerio con sólo el número de RUC y solicitar la categorización. No tiene costo.

Ministerio de Turismo.

1. Categorización.

Se llena la solicitud y el Ministerio de Turismo adoptará el siguiente procedimiento:

- a) Dispondrá la publicación a expensas del solicitante de un extracto de la solicitud, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación de Cuenca.
- b) Los departamentos correspondientes procederán a la evaluación técnica, económica y legal de la solicitud y, en el plazo máximo de treinta días, elaborarán sus informes recomendando lo siguiente:
 - 1.- La categoría sugerida en la que deberá calificarse o recalificarse la empresa.
 - 2.- Las

condiciones que deberá satisfacer la empresa en el orden legal, financiero, económico, administrativo y técnico. 3.- Plazo de instalación y funcionamiento. 4.- Duración de los beneficios; y, c) Estos informes pasarán a conocimiento del Ministro de Turismo, quien adoptará la resolución que corresponda.

Costo: Valor del artículo de prensa.

Alcaldía o Municipalidad de Cuenca.

1. Permiso de funcionamiento.

Para solicitar el permiso de funcionamiento en la Alcaldía, se requiere: Copia de las 2 hojas del RUC (en hojas individuales). Copia del predio urbano (Si es arrendado pedir al dueño de casa). Cédula de identidad y, certificado de votación. No tiene costo.

2. Patente de Licores.

Los requisitos para solicitar la patente son: Número de RUC, cuadro distributivo de Ingresos cuya base imponible del impuesto será el total del patrimonio referente a la actividad económica, registrado en el Catastro de Patentes, que para tal efecto, llevará la Jefatura de Rentas y Tributación de la Municipalidad, sujeto a revisión y actualización correspondiente. La tarifa del impuesto de patente varía: Desde 500 a 1.000 son 10 dólares. De 1.000,01 a 5.000 son 12 dólares. De 10.000,01 a 20.000 son 20 dólares. De 20.000,01 a 50.000 son 59,50. De 100.000 a 300.000 son 301, 50

Bomberos.

1. Permiso de funcionamiento.

Para obtener el permiso de funcionamiento por parte de los bomberos, se requiere presentar la solicitud del permiso de la Alcaldía. Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario. Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios y, el propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

Servicio de Rentas Internas (SRI).

1. RUC O RISE.

Para obtener el RUC debe presentar la cédula de identidad, comprobante de pago de algún servicio, comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural, contrato de concesión comercial o certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros. Además, estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito; patente municipal, permiso de bomberos y, certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio.

Intendencia de Policía del Azuay.

1. Permiso de funcionamiento.

Para obtener el permiso de funcionamiento por parte de la Intendencia de Policía, se requiere: RUC/SRI, patente municipal, permiso uso del suelo, Dirección de Salud. Certificado de funcionalidad del cuerpo de bomberos; inspección intendencia y calificación de turismo. Costo: \$ 250,00

Cámara de Comercio de Azuay.

1. Registro Mercantil.

Los documentos que se deberán presentar para solicitar la inscripción para obtener el Registro Mercantil son: 3 copias certificadas de la escritura pública de constitución o reforma de estatutos de la sociedad civil; proceso original, a falta de este se aceptará la copia certificada del proceso acompañada de un oficio emitido por el juzgado de lo civil correspondiente notificando la sentencia al Registro Mercantil del respectivo cantón. En todo caso, el proceso deberá contener: Sentencia aprobatoria del juez de lo civil. Notificación al señor Registrador Mercantil. Copia Certificada del Proceso.

Costo del proceso: 25 dólares americanos.

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

1. Registro de nombre.

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Nombre Comercial, tiene una duración de 10 años siendo renovables

indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. Previa la presentación de una solicitud, es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado nombres parecidos o similares que impidan su registro. Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.

Tiene un costo de \$ 208,00 USD

ANÁLISIS DE MERCADOS

El mercado lo comprenden los habitantes y turistas de la ciudad de Cuenca, oficialmente Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, la cual es una ciudad del centro austral de la República del Ecuador y es la capital de la provincia del Azuay. Está situada en la parte meridional de la Cordillera Andina Ecuatoriana. Su Centro Histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 1999. Es llamada la Atenas del Ecuador por su arquitectura, su diversidad cultural, su aporte a las artes, ciencias y letras ecuatorianas y por ser el lugar de nacimiento de muchos personajes ilustres de la sociedad ecuatoriana. Cuenta con un paisaje urbanístico que mantiene armonía con el entorno geográfico, destacando en medio

su centro histórico, uno de los mejores conservados y más grandes del país y por esto es visitado por muchos turistas durante todo el año.

1. MERCADO OBJETIVO

La población para el 2015, en Cuenca, es de 505.585 habitantes (Instituto Nacional de estadísticas y Censos, 2010). Además, según la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D y se describen en el siguiente cuadro:

Cuadro 2: Grupos Socioeconómicos del Ecuador

GRUPO SOCIOECONÓMICO	CARACTERÍSTICAS
A	<ul style="list-style-type: none"> • El Jefe de Hogar tiene un nivel de instrucción superior y un número considerable alcanza estudios de postgrado. • Los jefes de hogar del nivel A se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de empresas.
B	<ul style="list-style-type: none"> • El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción superior. • El 26% de los jefes de hogar del nivel B se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.
C+	<ul style="list-style-type: none"> • El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de secundaria completa. • Los jefes de hogar del nivel C+ se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.

C-	<ul style="list-style-type: none"> • El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa. • Los jefes de hogar del nivel C- se desempeñan como trabajadores de los servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.
D	<ul style="list-style-type: none"> • El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa. • Los jefes de hogar del nivel D se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.

Fuente: Elaboración propia

La población es joven en su mayoría, siendo el 59.1% menor a los 29 años de edad y, la tercera edad, de 65 en adelante, representa solo el 7.9%, siendo el promedio de vida de 85 (INEC, Censo 2010). La mayoría son jóvenes profesionales y estudiantes y de allí que el consumidor objetivo se definió en el aspecto demográfico como niños, jóvenes y adultos, que quieren deleitarse con nuevas sensaciones, sabores y platos. En cuanto al nivel socioeconómico, el NORI SUSHI BAR está dirigido a los niveles A, B y C+ por ser sus precios accesibles ya que oscilarán entre 1.00 a 8.00 dólares.

Por otra parte, un estudio realizado con 1.500 personas que llegaron a Cuenca, entre enero y abril de 2016, determinó que la estadía de los turistas nacionales fue de dos días y de los extranjeros de tres. Estos últimos gastaron, en promedio, USD 59,57 diarios y los primeros USD 40,48. Esos recursos se destinaron a alojamiento, alimentación, transporte y diversión. (Diario El Comercio, 2016)

2. ANÁLISIS PESTAL

El análisis PESTAL identifica los factores del entorno general que van a afectar a las empresas. El término proviene de las siglas inglesas para "Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal".

Factores Políticos:

Con la toma de posesión del presidente Lenin Moreno (mayo, 2017), se está reestructurando la política turística del país, tanto interna como externa, de hecho, a partir del mes de junio del año en curso, los ministerios de Relaciones Exteriores, Comercio Exterior, Turismo y Cultura de Ecuador definen una hoja de ruta común a fin de promocionar al país en el contexto mundial. Asimismo, la ministra de Relaciones Exteriores, María Fernanda Espinosa, explicó que este trabajo se complementará con el proceso de diálogo y con el Plan Nacional de Desarrollo, además indicó que la agenda buscará la ampliación de la oferta exportable, la potenciación del turismo, el aprovechamiento responsable de la riqueza ambiental y patrimonial y, el posicionamiento del país como un referente en cuanto a movilidad humana y defensa de los derechos humanos.

También, de acuerdo al ministro de Comercio Exterior, Pablo Campana, esta hoja de ruta deberá ir hacia nuevos mercados que deriven en el cambio de la matriz productiva, insertando eficientemente productos ecuatorianos. Por su parte, Enrique Ponce, Ministro de Turismo, explicó que desde su institución se busca dinamizar el turismo nacional y la atracción de turismo e inversiones al Ecuador. (Diario La República, 2017)

Factores Económicos:

El PIB (Producto Interno Bruto), es el indicador económico que mide el valor monetario de producción de bienes y servicios de las empresas en cada país en un periodo de tiempo determinado que generalmente es anual y concretamente el PIB turístico, mide el crecimiento o decrecimiento que han tenido las actividades del sector turístico (alojamiento, servicios de alimentos y bebidas, transporte, operación turística, intermediación, parques de atracciones) en el país. En el 2016 hubo un repunte bastante significativo del peso del consumo turístico emisor en el PIB que hace al turismo en el Ecuador, una fuerza y eje fundamental para el desarrollo socioeconómico del país, posicionado como la tercera fuente de ingresos no petroleros del país.

Factores Sociales:

De acuerdo a la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el Ecuador es uno de los países con la tasa de desempleo más baja de la región. Concretamente, el desempleo a nivel nacional muestra un claro descenso, el más importante de los últimos cinco años, ubicándose en 4,4% en marzo de 2017 comparado con el 5,7% de marzo de 2016, lo cual representa una caída de 1,3 puntos porcentuales. (Diario El Telégrafo, 2017). Específicamente, en el sector del turismo, restaurantes, gastronomía el empleo creció en 0,65% y con este proyecto, se aspira a ofrecer nuevas fuentes de empleo.

Factores Tecnológicos:

En este proyecto se tomará muy en cuenta el uso de la Internet la cual es una potente herramienta en las organizaciones ya que incrementa la productividad, ahorra tiempo y dinero en las operaciones, crean nuevos, mejores productos y servicios. A través de la tecnología existe mucho más flexibilidad y rapidez en los requerimientos de los usuarios, evita las limitaciones que implican los mercados tradicionales, se crea nuevos mercados. Las fuerzas tecnológicas representan importantes oportunidades y amenazas que se deben considerar al formular las estrategias. Los avances tecnológicos afectan considerablemente a los productos, servicios, mercados, proveedores, distribuidores, competidores, clientes, procesos de fabricación, prácticas de marketing y posición competitiva en las organizaciones. Es una ventaja que en el Ecuador el desarrollo y la velocidad de la Internet sea una prioridad y de allí que será utilizada ampliamente, constituyendo un importante canal de marketing y comunicación con los clientes.

Ecuador, según palabras del Dr. Raúl Katz, experto consultor en telecomunicaciones; es uno de los países que tiene como prioridad y objetivo nacional que todos sus ciudadanos y ciudadanas accedan y generen información y conocimiento, mediante el uso efectivo de las tecnologías de Banda Ancha, por lo que constantemente, a través de los diversos planes y programas, que se ejecutan desde el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, se trabaja para consolidar el Ecuador Digital. (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, s.f.)

Factores Ambientales:

Las personas aceptan o rechazan la comida por múltiples razones. La aceptación a los alimentos no sólo se basa en sus características sensoriales (gusto, olor, textura o sabor), sino que se relaciona con otros factores como la información previa adquirida sobre el producto, las experiencias pasadas o las creencias; incluso el hecho de comer solo o acompañado y la atmósfera (temperatura, iluminación, ruidos o música) son determinantes para degustar un plato. Por esto, se pretende utilizar focos ahorradores para además de ahorrar energía, tener un ambiente cálido y, una música suave de fondo que relaje al comensal y se evitará en lo posible el uso de materiales desechables para no contaminar el ambiente.

Por otra parte, según el último informe de calidad de aire realizado por la EMOV EP; en el año 2014 la emisión de MP10, material particulado fino, fue de 31.6 µg/m³ (microgramo/metro cúbico) y en el 2015 de 39.9 µg/m³. El material particulado fino es el conjunto de elementos como el polvo, el hollín y el humo que daña la calidad del aire y que está en aumento, por lo cual se mantendrá el recinto cerrado para evitar este tipo de contaminación. (eltiempo.com.ec, 2016)

Factores Legales:

La normativa que regula los establecimientos turísticos de comidas y bebidas (bares, restaurantes y cafeterías), están contempladas principalmente en leyes emanadas por el gobierno de Ecuador, como la Ley de Turismo (2008), la Ley Antitabaco (2011) y el Acuerdo Ministerial 1470 que regula la venta de bebidas alcohólicas; estando en cabeza las emanadas por el Ministerio de Salud Pública, ente encargado de diseñar e implementar las normas sanitarias de los alimentos,

normas que debe adoptar cualquier persona natural o jurídica que produzca, importe, elabore, envase, almacene, distribuya y venda alimentos para consumo humano; con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población con la distribución de alimentos apropiados a los consumidores. Otros organismos regulan las normas básicas en los lugares de trabajo, además de las normas legales de comercio y normas laborales.

3. FODA

Cuadro 3: Matriz Foda

MATRIZ FODA	
<p>FORTALEZAS (internas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena ubicación • Precios competitivos • Calidad en los platos • Ambiente agradable • Entusiasmo y motivación • Inclusión de Wifi 	<p>OPORTUNIDADES (externas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clima agradable • Zona recreativa • Parques con atracciones y eventos.
<p>DEBILIDADES (internas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poco personal • Incertidumbre financiera • Clientela no consolidada • Proveedores 	<p>AMENAZAS (externas)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Inflación • Coyuntura económica

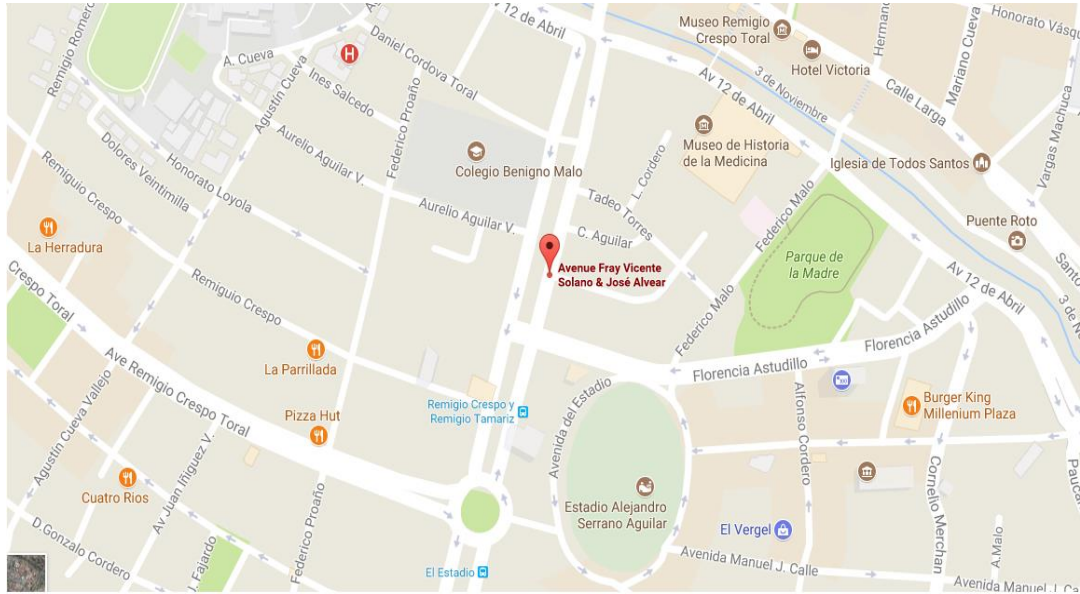
Fuente: Elaboración propia

4. ANÁLISIS DE LAS 4 PS

I. PLAZA

Nori Sushi Bar estará ubicado en el sector El Vergel de la ciudad de Cuenca, concretamente en la Avenida Fray Vicente Solano C/C José Alvear.

Fig. 1: Mapa del lugar



Fuente: (Google Maps)

Este sector es bastante transitado debido a que existen varios restaurantes y negocios de comida rápida; aunque ninguno con la fisonomía del que se está planificando, además, está cerca del estadio, la Cámara de Comercio en la Av. 12 de Abril y también hay dos centros comerciales. Asimismo, bastante cerca, se encuentra el Parque de la Madre, donde se realizan variados eventos turísticos, igualmente, el Casco Central/Histórico de la ciudad, que cuenta diariamente con muchos turistas.

II. PRODUCTO

El “NORI SUSHI BAR”, presentará los más ricos y exquisitos platos japoneses incluyendo por supuesto el protagonista, el sushi; disponible en una amplia variedad de rollos de estilos propios, con gusto, calidad, saludables, ligeros y naturales. Además, los platos serán preparados directamente en las mesas

realizando un pequeño show. Específicamente, el “NORI SUSHI BAR” es creado con la idea de diversificar el tradicional servicio de sushi tomando parte de la cultura asiática para generar un ambiente que permita el traslado a las costumbres, formas de vida y gastronomía japonesa, siempre tomando en cuenta que debe considerarse que los productos deben ajustarse al paladar ecuatoriano. Además, se implementará un espacio donde las personas puedan entretenerse con sus familias y/o amistades, disfrutando de bebidas alcohólicas y no alcohólicas que tengan un toque asiático y a su vez ecuatoriano, es decir, mezclando las culturas para su mayor aceptación.

Fig. 2: Logo



Fuente: Elaboración propia

Fig. 3: Diseño del Menú-tríptico



Fuente: Elaboración propia

Fig.4: Diseño del Menú-tríptico, parte interior



Fuente: Elaboración propia

MENÚ:

Entradas:

TACO SUKICHAKI

Brochetas de pulpo con salsa teriyaki



EBI SUKICHAKI

Brochetas de langostino con salsa teriyaki



GOHAN

Taza de arroz con salsa de anguila y ajonjolí.



YAKITORIDON

Arroz con cuadritos de pollo y salsa teriyaki



KANI CROQUE

Croquetas de salmón



GYOSAS STEFY

Empanaditas de atún y arroz.



Rollos:

CALIFORNIA ROLLS

Cangrejo, aguacate, pepino, arroz y cubierto con algas.



FILADELFIA ROLLS



Arroz, salmón, espárragos, aguacate y un toque de queso crema.

KASUMI

Langostino, salmón, arroz queso crema y algas.



YASAI MAKI

Crocante rollo de arroz, vegetales y queso crema.



CALIFORNIA ESPECIAL

Arroz, cangrejo, aguacate, pepinillo, queso crema y ajonjolí.



KANI KIURI STEFI

Rollo de pepino, cangrejo, aguacate y mayonesa.



SAKE-KANI ESPECIAL

Cobertura de salmón, arroz, relleno de cangrejo y aguacate.



CALIFORNIA SUPER ESPECIAL

Rollo California cubierto con caviar masago y ajonjolí.



CROCANTE ROLL STEFY

Arroz, camarones, aguacate, queso crema y salmón.



NOTA: Se pueden hacer combinaciones con cualquiera de los tipos de rollos de sushi.

Sopas:

SOPA SUIMONO

Consomé con cebollín, papa y langostino o pescado.



SOPA KOKAI

Sopa Suimono y pasta de cangrejo.



Ensaladas:

NORI

Ensalada de algas y pepino.



ENSALADA STEFY

Ensalada langostino, salmón, atún y lechugas variadas



KIUURI

Ensalada de pepino y zanahoria.



III. PRECIO

Los precios serán accesibles y fijados según la inversión, precios de la competencia y un porcentaje de ganancia. Para ello se ha realizado un análisis completo de algunas de las recetas para poder establecer el precio exacto.

TACO SUKICHAKI:

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Pulpo	200 grs	\$ 2.50/lb	\$ 1.250
Salsa Teriyaki	15 cc	\$ 25.74 lt	\$ 0.386
Brochetas (palitos)	3 unidades	\$ 4.00/funda (50)	\$ 0.240
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 2.438

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

EBI SUKICHAKI

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Langostino	200 grs	\$ 4.50/lb	\$ 2.250
Salsa Teriyaki	15 cc	\$ 25.74 lt	\$ 0.386
Brochetas (palitos)	3 unidades	\$ 4.00/funda (50)	\$ 0.240
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 3.74

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

GOHAN

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Salsa de anguila	5 grs	\$ 14/lb	\$ 0.175
Ajonjolí	5 grs	\$ 1.2/lb	\$ 0.01
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 2.241

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

YAKITORIDON

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Pollo	100 grs	\$ 1.5/lb	\$ 0.38
Salsa Teriyaki	15 cc	\$ 25.74/lt	\$ 0.39
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 3.02

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

KANI CROQUE

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Salmón	100 grs	\$ 4.0/lb	\$ 1.00
Pan rallado	50 grs	\$ 1.0/lb	\$ 0.13
Huevo	1 unidad	\$ 0.15/u	\$ 0.15
Comino	2 grs	\$ 1.00/lb	\$ 0.005
Pimienta	2 grs	\$ 1.00/lb	\$ 0.005
Sal	1 grs	\$ 1.00/lb	\$ 0.0025
Aceite	10 cc	\$ 2.50/lt	\$ 0.025
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 1.75

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

GYOSAS STEFY

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Pasta para gyosa	1 unidad	\$ 7/paq(25)	\$ 0.28
Atún	20 grs	\$ 4.0/lb	\$ 0.2
Arroz	5 grs	\$ 6.0/lb	\$ 0.075
Huevo	1 unidad	\$ 0.15/u	\$ 0.15

Jengibre	2 grs	\$ 1.00/lb	\$ 0.005
Cebolla	2 grs	\$ 1.00/lb	\$ 0.005
Salsa de soya	5 cc	\$ 12.00/lt	\$ 0.06
Aceite	10 cc	\$ 2.50/lt	\$ 0.025
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 1.064

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

CALIFORNIA ROLLS

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Cangrejo	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Aguacate	1/2 unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Pepino	1/2 unidad	\$ 0,25/u	\$ 0.125
Algas Nori	1 hoja	\$ 1.00/u	\$ 1.00
Mayonesa	10 grs	\$ 3.00/lb	\$ 0.075
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 5.75

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

FILADELFIA ROLLS

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Salmón	100 grs	\$ 4.0/lb	\$ 1.0
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Aguacate	1/2 unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Espárrago	10 grs	\$ 1.0/lb	\$ 0.025
Queso crema	20 grs	\$ 5.0/lb	\$ 0.25
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 3.85

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

KASUMI

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Langostino	100 grs	\$ 4.50/lb	\$ 1.125
Salmón	100 grs	\$ 4.0/lb	\$ 1.0
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Algas Nori	¼ unidad	\$ 1.0/u	\$ 0.25
Queso crema	20 grs	\$ 5.0/lb	\$ 0.25
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 5.486

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

YASAI MAKI

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Vegetales	100 grs	\$ 1.0/lb	\$ 0,25
Queso crema	20 grs	\$ 5.0/lb	\$ 0.25
Aceite	20 cc	2.50/lt	\$ 0.05
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 2.73

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

CALIFORNIA ESPECIAL

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Cangrejo	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Aguacate	½ unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Pepinillo	½ unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Queso crema	20 grs	\$ 5.0/lb	\$ 0.25

Ajonjolí	10 grs	1.2/lb	\$ 0.05
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 4.72

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

KANI KIURI STEFI

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Cangrejo	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Aguacate	½ unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Pepino	½ unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Mayonesa	10 grs	\$ 3.0/lb	\$ 0.075
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 2.43

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

SAKE-KANI ESPECIAL

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Cangrejo	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Salmón	150 grs	\$ 4.0/lb	\$ 1.5
Aguacate	½ unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 6.15

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

CALIFORNIA SUPER ESPECIAL

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Cangrejo	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Aguacate	1/2 unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Pepino	1/2 unidad	\$ 0,25/u	\$ 0.125

Algas Nori	1 hoja	\$ 1.00/u	\$ 1.00
Mayonesa	10 grs	\$ 3.00/lb	\$ 0.075
Caviar masago	10 grs	\$ 4.51/onza	1.6
Ajonjolí	10 grs	\$ 1.2/lb	\$ 0.03
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 7,92

*(Ashe-Edmunds, s.f.)

CROCANTE ROLL STEFY

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Arroz para sushi	100 grs	\$ 6.0/lb	\$ 1.5
Camarones	100 grs	\$ 3.5/lb	\$ 0.875
Aguacate	½ unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.125
Queso crema	20 grs	\$ 5.0/lb	\$ 0.25
Salmón	100 grs	\$ 4.0/lb	\$ 1.0
Aceite	20 cc	2.50/lt	\$ 0.05
Total precio para tres rollos con 33% de ganancia (*)			\$ 4.72

*(Ashe-Edmunds, s.f.)

SOPA SUIMONO

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Langostino	100 grs	\$ 4.50/lb	\$ 1.125
Papa	100 grs	\$ 1.0/lb	\$ 0.25
Algas	¼ u	\$ 1.0/u	\$ 0.25
Salsa de soya	5 cc	\$ 12.00/lt	\$ 0.06
Tofú en cubos	100 grs.	\$ 3.00/lb	\$ 0.30
Cebollín	100 grs	\$ 0.50/lb	\$ 0.125
Sal	1 grs	\$ 1.00/lb	\$ 0.0025

Agua	¼ lt	-----	-----
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 2,8125

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

SOPA KOKAI

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Langostino	100 grs	\$ 4.50/lb	\$ 1.125
Pasta de cangrejo	20 grs	\$ 12/lb	\$ 0.6
Papa	100 grs	\$ 1.0/lb	\$ 0.25
Agua	¼ lt	-----	-----
Sal	1 grs	\$ 1.00/lb	\$ 0.0025
Cebollín	100 grs	\$ 0.50/lb	\$ 0.125
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 2,793

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

ENSALADA NORI

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Pepino	1/2 unidad	\$ 0,25/u	\$ 0.125
Algas Nori	1 hoja	\$ 1.0/u	\$ 1.00
Vinagre de arroz	30 ml	\$ 12.0/lt	\$ 0.36
Aceite	30ml	\$ 2.50/lt	\$ 0.075
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 2.07

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

ENSALADA STEFY

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Langostino	50 grs	\$ 4.50/lb	\$ 0.56
Salmón	50 grs	\$ 4.0/lb	\$ 0.5
Atún	50 grs	\$ 4.0/lb	\$ 0.5
Lechugas verde	20 grs	\$ 2.0/lb	\$ 0.1
Lechuga morada	20 grs	\$ 2.0/lb	\$ 0.1
Vinagre de arroz	30 ml	\$ 12.0/lt	\$ 0.36
Aceite	30 ml	\$ 2.50/lt	\$ 0.075
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 2.919

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

KIUURI

Ingredientes	Cantidad	Precio por unidad de medida	Precio
Pepino	1 unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.25
Zanahoria	1 unidad	\$ 0.25/u	\$ 0.25
Ajonjolí	20 grs	\$ 1.2/lb	\$ 0.024
Vinagre de arroz	30 ml	\$ 12.0/lt	\$ 0.36
Aceite	30 ml	\$ 2.50/lt	\$ 0.075
Total precio con 33% de ganancia (*)			\$ 1.275

* (Ashe-Edmunds, s.f.)

COMPETIDORES-PRECIOS

A continuación, se presenta un cuadro comparativo de precios con las coincidencias que se tienen en el menú con los competidores y que demuestran que Nori Sushi Bar ofrece calidad y economía.

Cuadro 4. Competidores-Precios

Noe Sushi Bar	Ebi Sushi	Nori Sushi Bar
Producto-precio	Producto/precio	Producto/precio
Teriyaki de langostinos (3 piezas, ensalada y arroz) \$ 26,45	Langostinos Ebi, con salsa y Shari. \$ 11.0	Ebi Sukichaki. Brochetas de langostino con salsa teriyaki \$ 3.74
Gohan Teriyaki. Cubitos de pechuga de pollo, sobre arroz japonés y aderezado con salsa teriyaki y ajonjolí. \$ 10.55	Teriyaki. Arroz, pollo con vegetales y sala teriyaki. \$ 10.0	Yakitoridon. Arroz con cuadritos de pollo y salsa teriyaki \$ 3.02
Ensalada de Algas. \$9.55	Ensalada Wakame (algas). \$ 2.75	Ensalada Nori. Ensalada de algas. \$ 2.07
Rollo California (3) \$ 9,20	California. \$ 8.50	California Rolls. \$ 5.75
Rollo Filadelfia (3) \$ 10.25	Philadelphia. \$ 9.50	Filadelfia Rolls. \$ 3.85

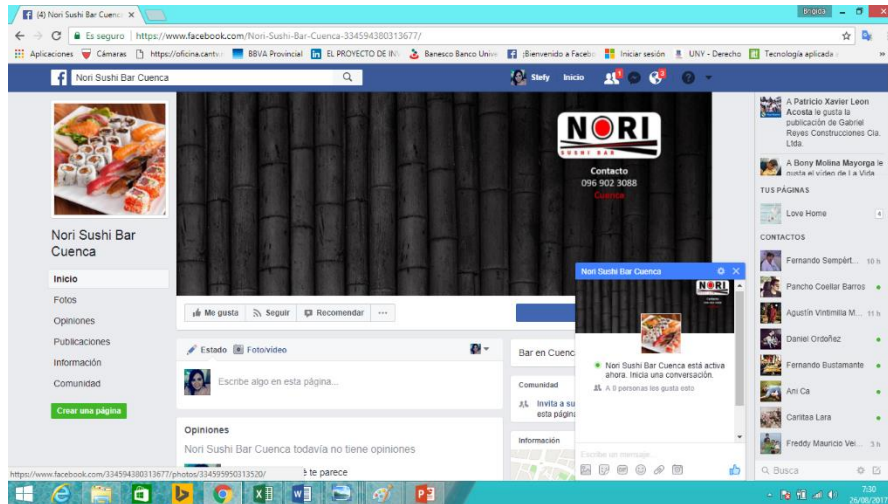
Fuente: Elaboración propia

IV. PROMOCIÓN

Para lograr el reconocimiento y posicionarse en el mercado se debe promocionar, lo cual se pretende realizar a través de las siguientes estrategias:

1. Realizar un evento de degustación.
2. Efectuar un micro taller gratis, de comida y bebidas japonesas.
3. Creación de una página de facebook con imágenes atractivas del restaurante, del menú, mapa de la ubicación, promociones.
4. Campaña de email marketing a potenciales clientes, ubicando las direcciones a través de descuentos en la web.
5. Creación de una APP para comida a domicilio.
6. Utilización de las redes sociales: facebook e instagram.
7. Promociones de venta: ofertas, descuentos, tarjetas de membresía.

Fig. 5: Página de Facebook de Nori Sushi Bar



Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA

Según se ha indicado en puntos anteriores, la población de Cuenca para el año 2010, fecha del último Censo realizado, era de 505.585 habitantes, es decir, que para el cálculo de la muestra para realizar las encuestas, ésta se toma como población infinita ya que son más de 100.000 habitantes y la fórmula general que permite determinar el tamaño de la muestra, para este tipo de población es: (Muñiz, 2017).

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

Leyenda:

$$Z = 2$$

$$P = 50$$

$$Q = 50$$

$$E = 6$$

$$n = 275$$

La muestra entonces, está comprendida por doscientas setenta y cinco (275) personas.

DEMANDA

Resultados de las encuestas

PRIMERA PARTE

Tabla # 1: Sexo de los encuestados

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Femenino	156	57
Masculino	119	43
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

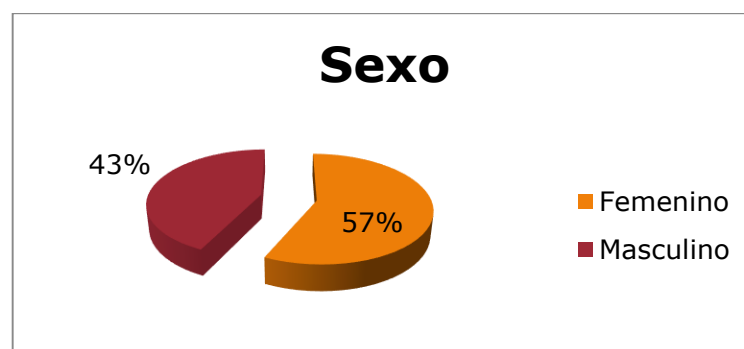


Gráfico 1. Tabulación del sexo de los encuestados.

Interpretación:

El 57% de los encuestados fueron mujeres y el 43% hombres, lo cual es obvio tomando en cuenta que el último censo nacional indica que la población es más de mujeres que de hombres. (INEC, 2010)

Tabla # 2: Rango de edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
18 – 28	37	13
29 – 38	40	15
39 – 48	73	26
49 – 58	68	25
59 - 68	52	19
Más de 69	05	02
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

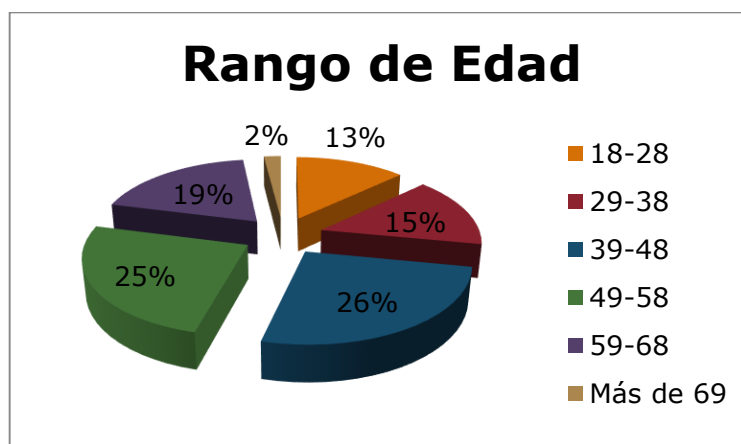


Gráfico 2. Tabulación del rango de edad

Interpretación:

Los encuestados fueron todos mayores de 18 años, estando la mayor representatividad de los encuestados, con un 25% y 26%, en las edades comprendidas entre 39 – 48 y 49 – 58.

Tabla # 3: Estado civil

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Soltero (a)	38	14
Casado (a)	136	49
En unión de hecho	14	05
Divorciado (a)	26	10
Viudo (a)	61	22
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

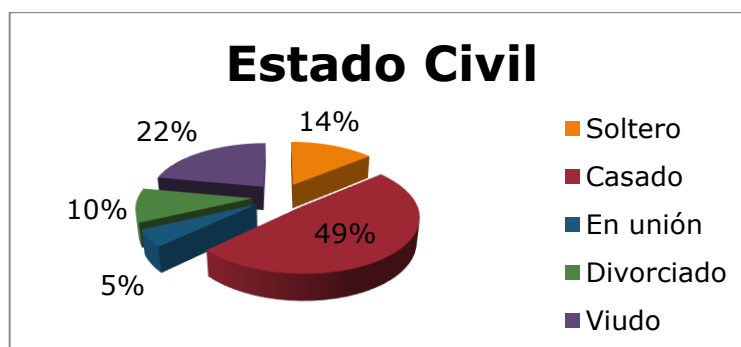


Gráfico 3. Tabulación de estado civil

Interpretación:

El mayor porcentaje de encuestados, con un 49% está en el rango de personas casadas.

Tabla # 4: Hijos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	247	90
No	28	10
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

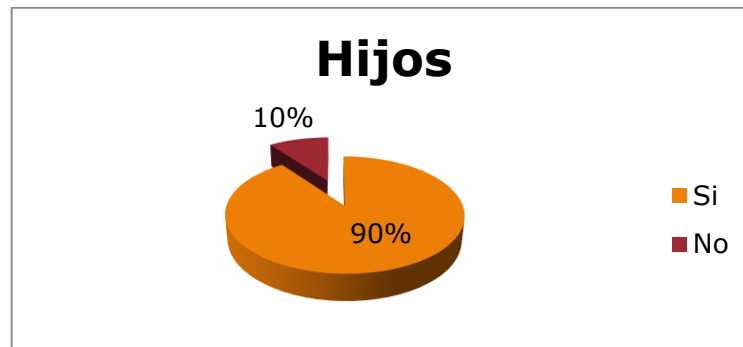


Gráfico 4. Tabulación de hijos

Interpretación:

El 90% de la muestra tiene hijos, de los cuales el 60% tiene tres hijos, el 20% tiene dos hijos y el 10% tiene sólo uno.

Tabla # 5 : Nivel de estudios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Básica	00	00
Básica Superior	98	36
Universitaria	78	28
Técnica	36	13

Postgrado	63	23
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

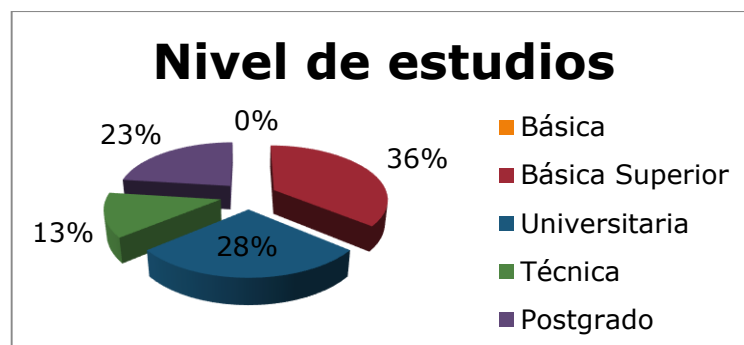


Gráfico 5. Tabulación del nivel de estudios

Interpretación:

La mayoría de los encuestados, es decir, el 36% tiene aprobada Básica Superior, estando en segundo lugar, con un 28% los graduados universitarios.

Tabla # 6 : Ocupación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Estudiante	30	11
Empleado – tiempo completo	102	37
Empleado – ½ tiempo	28	10
Independiente	47	17
Desempleado	06	02

Retirado	62	23
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

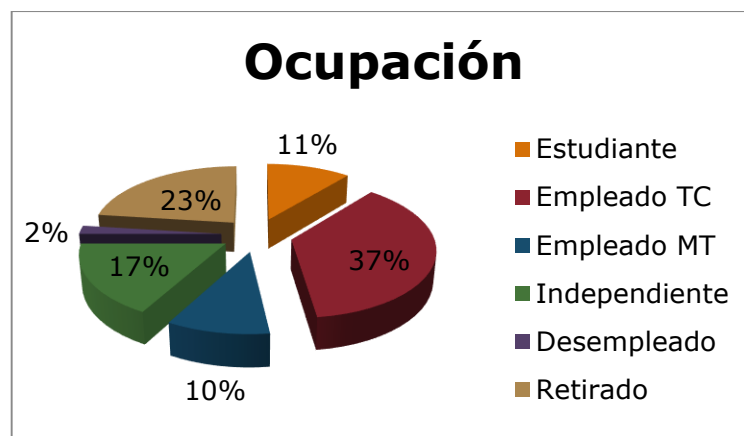


Gráfico 6. Tabulación de ocupación

Interpretación:

El 37% son empleados a tiempo completo, siendo el 23% de retirados, todos turistas en la ciudad para el momento de las encuestas.

SEGUNDA PARTE

Tabla # 7 : 1. ¿Acostumbra usted a salir a comer fuera de su hogar?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	182	66
No	93	34

Total	275	100
--------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

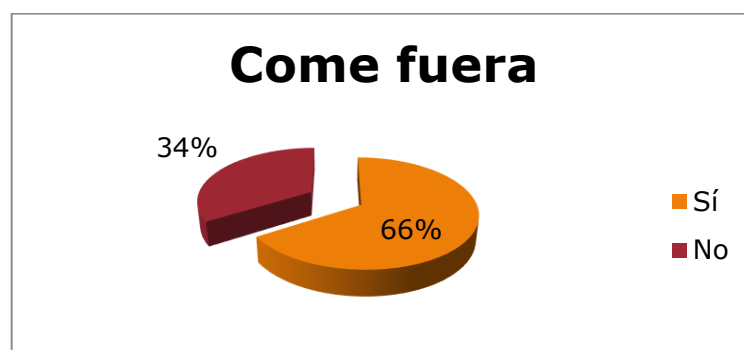


Gráfico 7. Tabulación del ítem, comer fuera

Interpretación:

La mayoría de los encuestados, un 66% acostumbra comer fuera de su hogar.

Tabla # 8 : Frecuencia que come fuera

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Todos los días	65	36
1/semana	49	27
2/semana	11	06
3-5/semana	22	12
1/mes	12	06
2/mes	23	13

Total	182	100
--------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

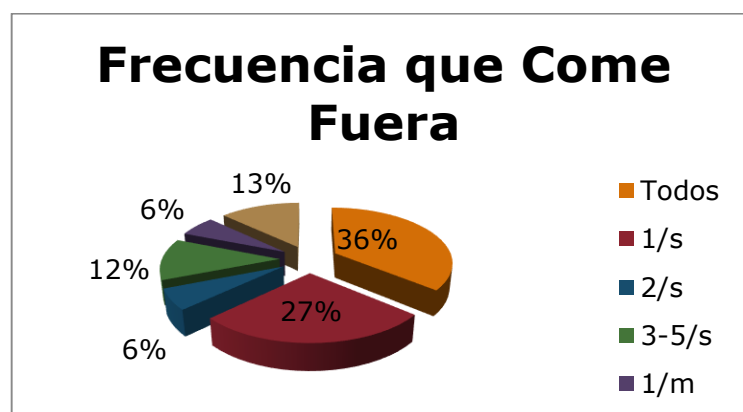


Gráfico 8. Tabulación del ítem, frecuencia que come fuera

Interpretación:

De los 100% de los encuestados, un 36% de la muestra, es decir, la gran mayoría, come fuera todos los días.

Tabla # 9 : Razones por las que acostumbra a comer fuera

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
No me gusta cocinar	02	01
No tengo tiempo	09	05
Salir a divertirme	79	43
Me gusta ir	11	06
Me encuentro con amigos	61	34

Me invitan	20	11
Total	182	100

Fuente: Elaboración propia

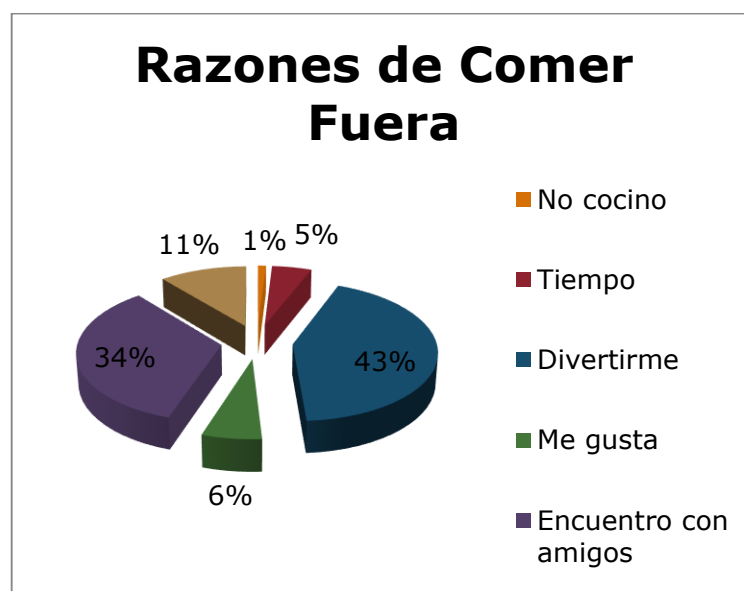


Gráfico 9. Tabulación de comer fuera

Interpretación:

La gran mayoría de los encuestados, un 43% les gusta comer fuera de su hogar para divertirse y distraerse de la rutina de trabajo.

Tabla # 10 : Razones por las cuales no acostumbra comer fuera

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Me desagrada	02	02
La comida no es sana	62	67
No es higiénico	23	25

Otra	06	06
Total	93	100

Fuente: Elaboración propia



Gráfico10. Tabulaciones de razones de no comer fuera

Interpretación:

Del 34% de los encuestados que indicaron que no les gusta comer fuera, la gran mayoría lo considera así porque cree que los alimentos de la calle no son sanos o higiénicos. Por otra parte, algunos pocos alegaron que era por motivos económicos.

Tabla # 11 : Señale los aspectos que analiza al momento de escoger un restaurante.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
La facilidad de llegar	09	03
El tipo de comida	63	23
Recomendación	45	17

Bajos precios	38	14
Ambiente	21	08
Moda	37	13
Horario	53	19
Parqueo	04	01
Otra	05	02
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

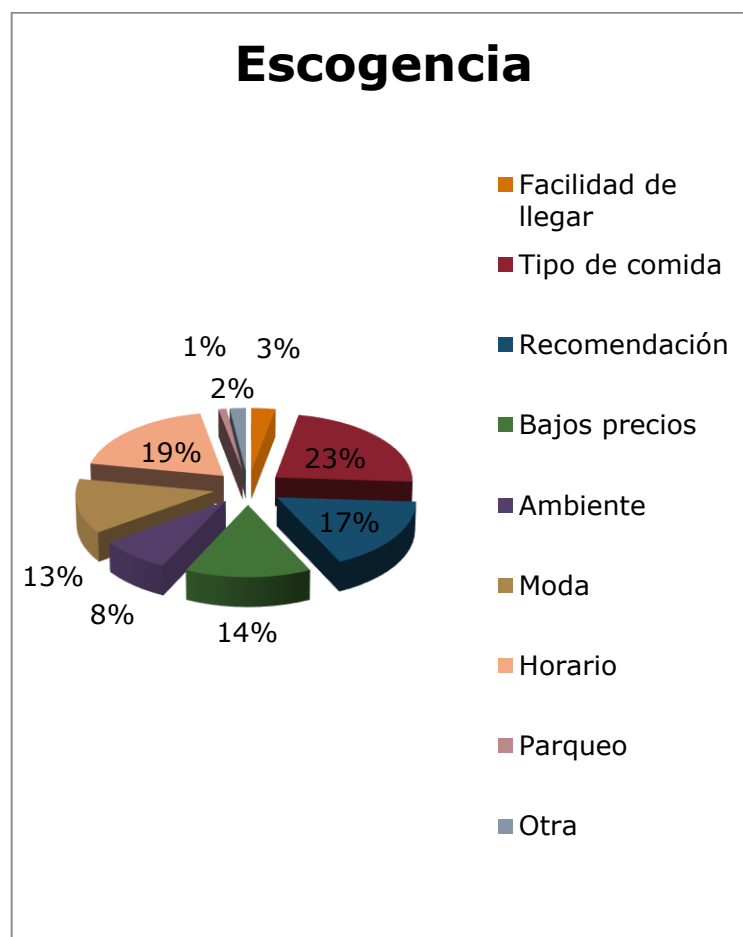


Gráfico 11. Escogencia de lugar

Interpretación:

Al escoger un restaurante, la mayoría de los encuestados, el 23%, considera el tipo de comida, siendo en un segundo lugar el horario, luego por recomendación de un familiar o un amigo, después los bajos precios. Algunos lo escogen por ser una moda y unos pocos hacen su selección, por contar el restaurante con un lugar de parqueo.

Tabla # 12 : Le gusta la comida japonesa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	155	56
No	120	44
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

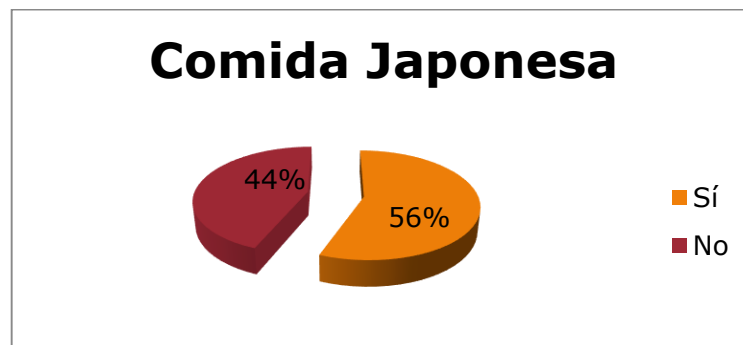


Gráfico 12. Tabulación del gusto por la comida japonesa

Interpretación:

Al 56% de los encuestados les gusta la comida japonesa, un porcentaje bastante significativo de la muestra.

Tabla # 13: Plato de comida japonesa preferido

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sushi tradicional	62	40
Sushi moderno	32	21
Tonkatsu	04	03
Tariyaki	28	18
Tempuras	20	13
Algas	04	02
Otro	05	03
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia

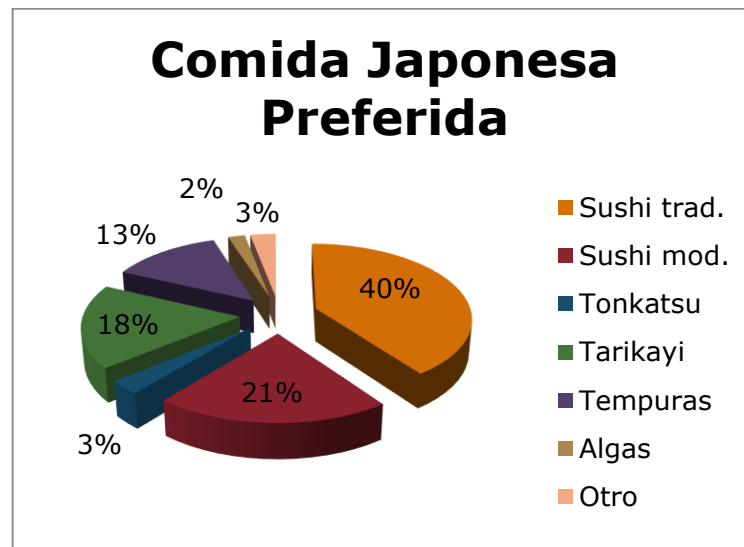


Gráfico 13. Tabulación de comida japonesa preferida

Interpretación:

Del 56% de la muestra que respondió que le gusta la comida japonesa, la gran mayoría prefiere el sushi tradicional y en segundo lugar el sushi moderno; siendo preferidos también, pero en menor proporción el teriyaki y las tempuras.

Tabla # 14: Ha estado en un restaurante de comida japonesa en la ciudad de Cuenca.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	155	56
No	120	44
Total	275	100

Fuente: Elaboración propia

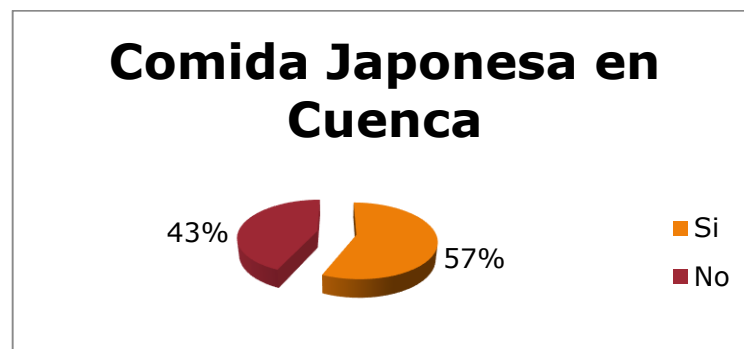


Gráfico 14. Tabulación de comida japonesa en Cuenca

Interpretación:

El 57% de los encuestados ha estado en un restaurante de comida japonesa en la ciudad de Cuenca.

Tabla # 15: Le pareció agradable y económica

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	53	34
No	102	66
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia

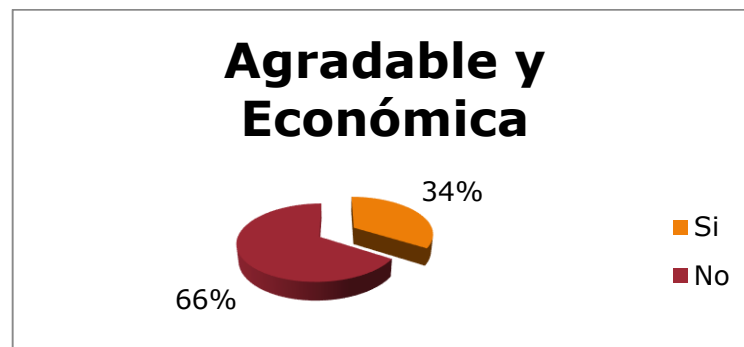


Gráfico 15. Tabulación de comida agradable y económica

Interpretación:

Del 57% de los encuestados que han estado en un restaurante de comida japonesa, a la gran mayoría le pareció que no era agradable y económico lo que allí se ofrecía. Algunos opinaron que estaba muy recargada la decoración.

Tabla # 16: Específicamente, le gusta el sushi.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	132	85
No	23	15

Total	155	100
--------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

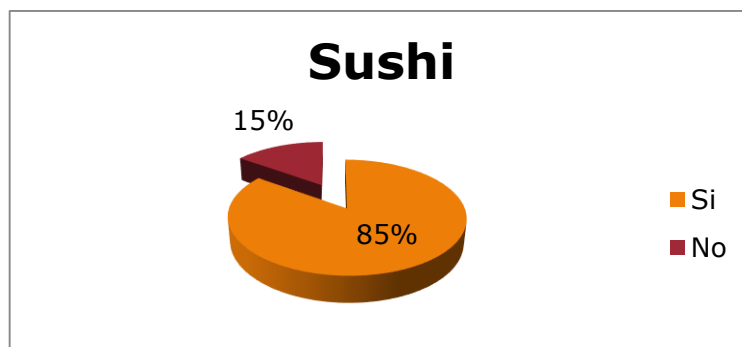


Gráfico 16. Tabulación de predilección por el sushi

Interpretación:

De los encuestados que les gusta la comida japonesa, su predilección es por el sushi por considerarlo un plato diferente, nutritivo, sabroso, fácil de digerir y ser un excelente almuerzo o merienda.

Tabla # 17: Precio que paga por set

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
6 a 8 dólares	11	08
9 a 11 dólares	119	90
12 a más dólares	02	02
Total	132	100

Fuente: Elaboración propia

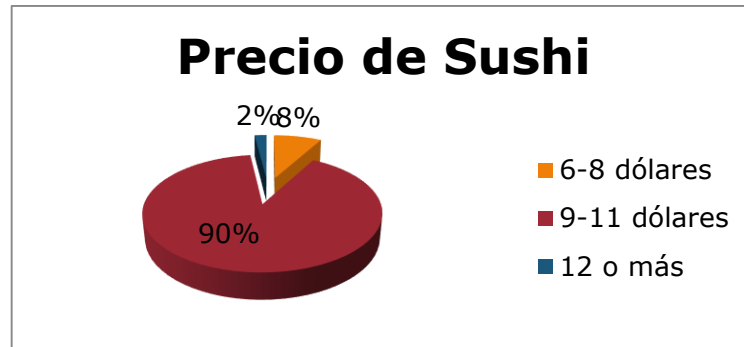


Gráfico 17. Tabulación de precio de sushi

Interpretación:

La gran mayoría de los encuestados, exactamente el 90%, compra el set de sushi, entre 9 y 11 dólares.

18. ¿Qué le parecería la creación de un nuevo local de sushi en la ciudad de Cuenca?

A las personas que les gusta la comida japonesa y en particular el sushi, les parece muy bien la creación de un nuevo local de sushi en la ciudad de Cuenca porque así habría más competencia y tal vez se bajarían los precios del set y habría mayor diversidad de platos.

Conclusiones de las encuestas:

A través de los resultados obtenidos de las respuestas de los encuestados en la ciudad de Cuenca, se puede inferir que la creación de NORI SUSHI BAR, será bien acogida ya que a muchos les gusta salir para entretenerse; además, son trabajadores a tiempo completo que disponen de cierta cantidad de dinero para darse algunos gustos como el comer fuera de casa algunas veces y muchos consideran la comida japonesa como una buena alternativa, siendo el sushi su plato predilecto por

considerarlo, diferente, sano, digestivo y sabroso. Por otra parte, los precios actuales del set de sushi en los negocios que existen para tal fin, son un poco costosos y la alternativa sería este nuevo concepto, con precios más módicos.

OFERTA

Como se ha indicado en párrafos anteriores la competencia directa de Nori Sushi Bar, es poca. Exactamente existen sólo dos restaurantes con la misma fisonomía que el expuesto en este plan de negocios y son el Noe Sushi Bar y el Ebi Sushi. A continuación, se detallan las características de estos establecimientos.

Tabla # 18: Competencia directa

NOMBRE	UBICACIÓN	EXPERIENCIA	SERVICIOS	HORARIO
Noe Sushi Bar	Julio Matovelle, Federico Proaño 2-25, Cuenca.	Pertenece a la Corporación SUSHICORP la cual nació en el año 2004 y cuenta con 21 restaurantes a nivel nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • Reservas • Call Center • Catering & Eventos 	lunes 12–16, 18:30–22:30 martes 12–16, 18:30–22:30 miércoles 12–16, 18:30–22:30 jueves 12–23 viernes 12–0 sábado 12–0 domingo 12–21
Ebi Sushi	Calle Larga 571, Entre Hermano Miguel & Mariano Cueva, Cuenca 010101	Fundado en el 2015.	Comida express Acepta reservas	lunes 12–15, 18–23 martes 12–15, 18–23 miércoles

				12–15, 18–23 jueves 12–15, 18–23 viernes 12–15, 18–23 sábado 12–15, 18–23 domingo 12–16
--	--	--	--	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla # 19: Competencia directa. Aspectos positivos y negativos

NOMBRE	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Noe Sushi Bar	Local amplio y confortable	Muy elitesco Precios muy altos
Ebi Sushi	Tiempo de espera	Local muy pequeño No posee parqueadero

Fuente: Elaboración propia

ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN

La principal estrategia de diferenciación es que los rollos serán preparados en las mesas acondicionadas para tal fin, en frente al comensal, presentando un pequeño show, por parte del chef. Además, se rotará a todo el personal para ofrecer nuestros servicios durante todo el día ya que hay platos que pueden ser degustados durante el horario matutino. Asimismo, tendremos una máxima calidad en nuestros platos y un ambiente cálido con música suave de fondo que recuerden los ambientes tranquilos y relajantes de Japón, con una decoración acorde con la comida que se

ofrece. Por otra parte, se tendrá servicio de delivery (a domicilio), servicio take out (comida para llevar) y un servicio especial para fiestas y reuniones, ofreciendo paquetes de ofertas en estos momentos especiales.

ACCIONES DE PROMOCIÓN

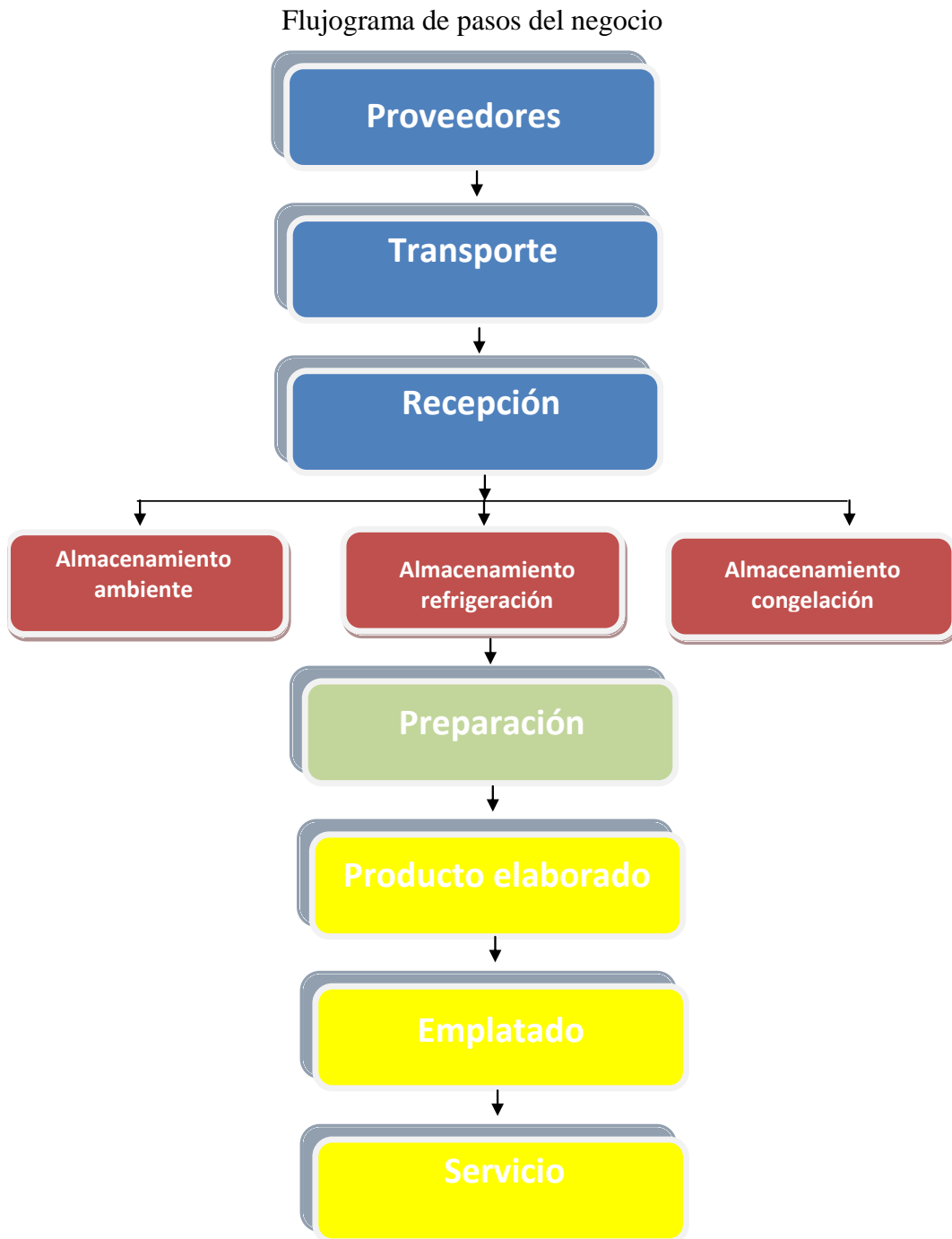
Antes de la apertura se estaría promocionando el restaurante a través de volantes entregados en sitios adyacentes al lugar y también por medio de una página de facebook creada para este fin, con imágenes atractivas del menú entre otros aspectos relevantes. Además, se utilizaría el instagram creándose también la APP para comida a domicilio y realizando una campaña de email marketing a potenciales clientes, ubicando sus direcciones a través de ofertas en la web; ofreciendo una degustación gratuita para el momento de la inauguración y tarjetas de membresía, entre otras estrategias de venta.

Asimismo, el día de la inauguración además de la degustación gratuita, se presentaría un espectáculo japonés para que el comensal disfrute de la comida y del ambiente acogedor del local. Luego, en días posteriores, se ofrecerían diversas ofertas como el tradicional 2 x 1 o celebraciones especiales con paquetes exclusivos de comida por el Día de la Madre, el Día del Padre, el Día del Niño, Fundación de Cuenca, etc.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución es el camino que lleva a un producto desde el productor hasta el consumidor. El siguiente flujograma expresa los canales de distribución para llevar el producto al cliente:

Fig. 06



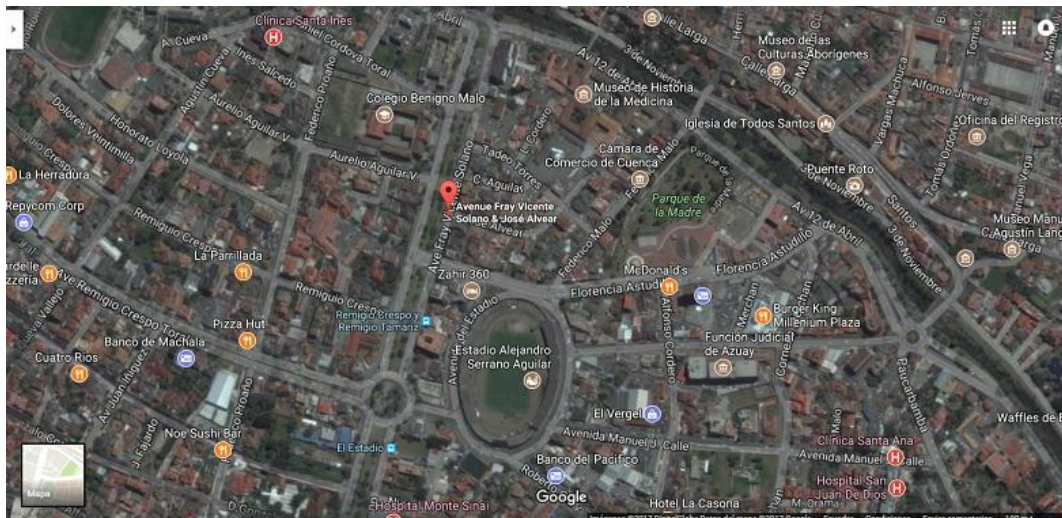
Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS OPERATIVO

1.1 Localización y descripción de las instalaciones

Nori Sushi Bar estará ubicado en el sector El Vergel de la ciudad de Cuenca, concretamente en la Avenida Fray Vicente Solano C/C José Alvear.

Figura 7. Ubicación satelital de la Avenida Fray Vicente Solano C/C José Alvear



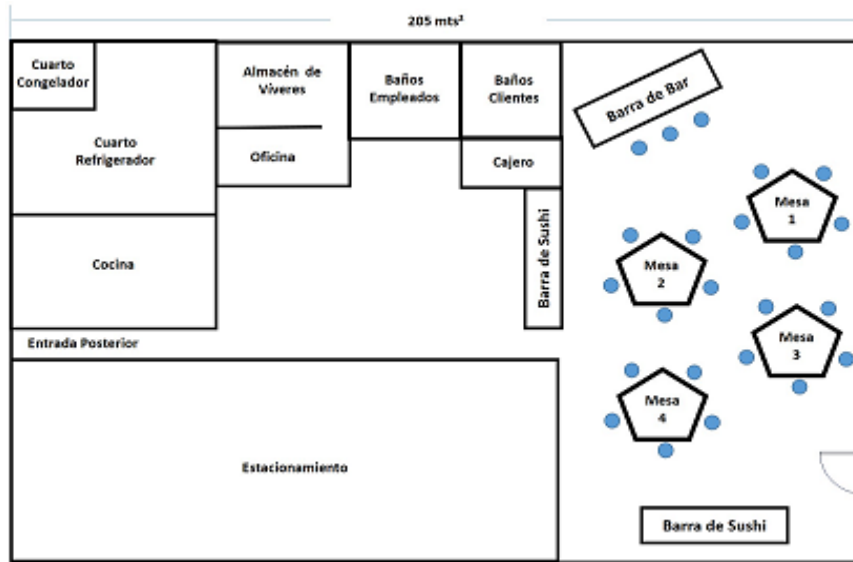
Fuente: Google maps

Capacidad instalada.

El restaurante contará con cuatro mesas de cinco asientos cada una y dos mesas largas de cinco asientos, donde el chef realizará el sushi en presencia del comensal; teniendo una capacidad máxima de treinta personas. Además, se tendrá aparte un pequeño bar con una barra y tres sillas para atender a las personas que

deseen consumir allí directamente, un baño mixto para clientes y un baño para el personal cerca del área de bodega.

Figura 8. Plano del restaurante



Fuente: Elaboración propia.

Materiales y equipos.

Entre los materiales y los equipos que se necesitan en el restaurante serían:

Tabla # 20. Cantidad de equipamientos de cocina.

Equipamiento de cocina	Cantidad
Licudora	1
Refrigeradora/congelador	1
Batidora industrial	1
Cocina con plancha y horno industrial	1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla # 21. Cantidad de utensilios de cocina.

Utensilios de cocina	Cantidad
Tabla de picar de madera	3
Pinzas para quitar espina de pescado	2
Cuchillos japoneses, grandes	3
Hangiri	2
Bowls grandes de acero inoxidable	2
Espátula japonesa	2
Pinzas de cocina de acero inoxidable	4
Esterillas para sushi	4
Arroceras	4

Fuente: Elaboración propia.

Tabla # 22. Cantidad de vajilla, cubertería y cristalería.

Vajilla, cubertería y cristalería	Cantidad
Bandejas de sushi	60
Platos	60
Vasos	90
Copas	60
Juego de palillos chinos (2 piezas)	72
Medidor de bebidas	01
Juego de cubiertos de 12 piezas	5
Envases para salsas	20

Fuente: Elaboración propia.

Tabla # 23. Cantidad de equipamiento de oficina.

Equipos y suministros de oficina	Cantidad
Caja registradora	1
Sillas (para gerente y para cajero)	2
Escritorio	1
Impresora/fotocopiadora	1
Computador	1
Cámara de seguridad	1
Suministros de oficina	—

Fuente: Elaboración propia.

Tabla #24. Cantidad de equipamiento para el comedor y bar.

Equipamiento para el comedor y bar	Cantidad
Mesas cuadradas	04
Mesas largas	02
Sillas de madera	30
Sillas para bebé	02
Sillas altas para el bar	03
Bandejas de acero inoxidable	04

Fuente: Elaboración propia.

Tabla # 25. Cantidad de suministros de limpieza/mes.

Suministros de limpieza	Cantidad
Escoba	02
Galón de lavaplatos	01
Trapeador	02

Tacho de basura	06
Fundas de basura	60
Galón de desinfectante	01
Galón de cloro	01
Galón de Jabón líquido	01
Papel higiénico	60

Fuente: Elaboración propia.

Tabla # 26. Cantidad de uniformes del personal.

Uniformes del personal	Cantidad
Uniforme de los meseros	06
Uniforme del chef	02
Uniforme de los ayudantes de cocina	04
Uniforme del barman	01
Uniforme del personal de limpieza	02

Fuente: Elaboración propia.

Se considera que el cajero(a) por ser la imagen del restaurante, ya que es quien da la bienvenida al lugar, se debe presentar de manera diferente cada día y por ello no se le asigna uniforme, sin embargo, se debe vestir de manera apropiada al lugar.

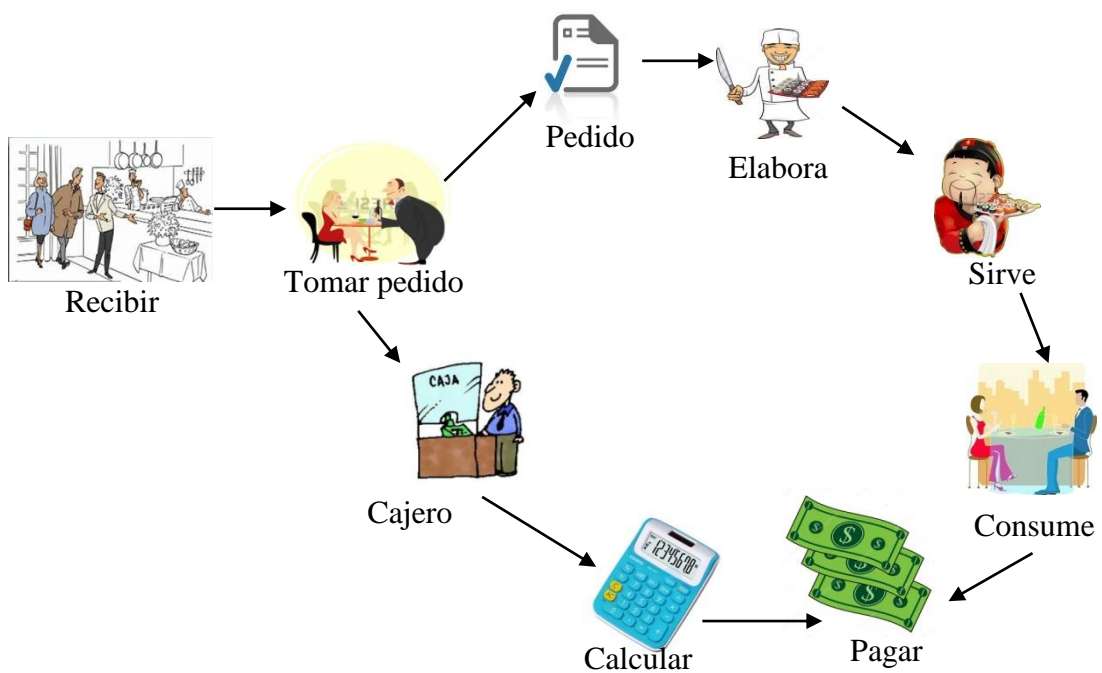
1.2 Cadena de abastecimiento

Se identifican dos procesos claves durante el funcionamiento del restaurante: Servicio al cliente y Operaciones.

Proceso de servicio al cliente

Es considerado el proceso más importante ya que de este servicio depende la fidelidad del cliente y el aumento en su consumo, así como el valor agregado del restaurante.

Figura 08. Proceso de servicio al cliente



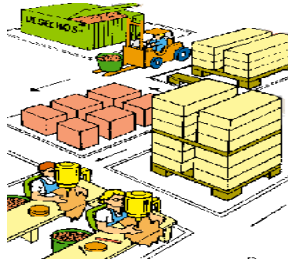
Fuente: Elaboración propia

Proceso de Operaciones

Hace referencia al control del inventario, logística y mantenimiento para asegurarse de prestar un excelente servicio antes de la apertura diaria del restaurante.

Figura 09. Proceso de operaciones

PROCESO OPERATIVO



Almacén General
Mantiene al día el stock de productos e insumos.

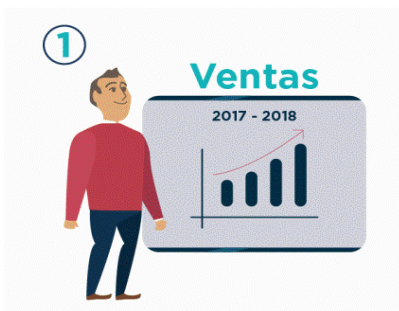
Compras
Mantiene al día la lista de proveedores.
Contrata proveedores.
Elabora órdenes de compra



Caja
Cobra las cuentas de las mesas.
Factura cuentas.
Verifica tarjetas de crédito.
Emite corte de caja.

@GIFMANIA

Tesorería
Recibe los cortes de caja.
Efectúa los depósitos bancarios.
Hace cargos y abonos a clientes.
Hace abonos y cargos a proveedores.



Prospecta, cotiza, y contrata eventos.
Chequea el estado de cuenta de clientes.
Chequea los saldos.
Chequea cobranzas.
Gestiona cobranzas.

Fuente: Elaboración propia.

1.3 RECURSOS HUMANOS

Esta área se encargará de la contratación, capacitación y compensaciones del personal. Se espera disponibilidad total de tiempo, motivación, conocimiento, habilidades y sobretodo disposición para el trabajo en equipo.

Figura 10. Organigrama estructural del restaurante.



Fuente: Elaboración propia.

Descripción de puestos de trabajo.

Gerente General.

Requisitos: Ingeniero o licenciado en Administración de empresas. A partir de 33 años. Experiencia mínima de 3 años en el puesto. Inglés medio. Tendrá entre sus funciones básicas: dirigir, orientar y supervisar todas las actividades para conocer las necesidades del restaurante y tomar decisiones según sea el caso. Adicionalmente, tendrá a su cargo la responsabilidad de organizar y consolidar la información contable y financiera. Salario: \$ 1.700 mensual.

Conocimientos y habilidades generales: Matemática básica (suma, resta, división, multiplicación y porcentaje); unidades de medida (longitud, área, capacidad, tiempo, peso y temperatura); química (materiales combustibles, alcohol, mezcla, combinación, densidad); factores de conversión de unidades, inglés a nivel de conversación, normas de seguridad ocupacional relacionadas con la gastronomía, redacción y ortografía para elaborar reportes, computación (msoffice, correo electrónico e Internet); primeros auxilios, nutrición básica; cocina básica; habilidad para comunicarse, habilidad para manipular objetos; conocimiento del código de trabajo y tributario, ley del consumidor. Además, habilidad para manejar vehículos, conocimiento básico de mantenimiento preventivo, equipos y utensilios de cocina. Actitudes: Responsabilidad, iniciativa, creatividad, liderazgo y orden.

Chef:

Requisitos: estudios superiores en gastronomía y poseer certificación de manipulación de alimentos. A partir de 33 años. Experiencia mínima de 3 años en el puesto. Inglés medio. Tendrá entre sus funciones básicas: la elaboración de los platos principales y de utilizar su creatividad en la elaboración de los rollos de sushi y de su presentación ante los clientes. Además, debe supervisar a los ayudantes de cocina en la elaboración de los platos y mantener en completa higiene las instalaciones. A la vez, debe reportar al gerente las necesidades de materiales, utensilios y alimentos para la preparación de los platos. Salario: \$ 750 mensual.

Conocimientos y habilidades: Tener la capacidad de mantener la calma bajo presión. Estar bien organizado y tomar decisiones con rapidez. Poseer habilidades para el trabajo en equipo. Poseer buenas habilidades comunicativas. Tener creatividad e imaginación para pensar nuevas ideas para el menú y la presentación de los platos. Competencias: Activo. Aptitudes para dirigir. Bien organizado. Capacidad para trabajar bajo presión durante períodos de mucho trabajo. Capacidad para trabajar durante muchas horas seguidas. Capacidad para trabajar en equipo. Capaz de seguir normativa en materia de salud y seguridad. Capaz de trabajar con rapidez. Comprometido en aprender y mejorar. Enérgico y entusiasta.

Barman:

Requisitos: Diplomado o cursos de barman y de coctelería. A partir de 33 años. Experiencia mínima de 3 años en el puesto. Inglés medio. Tendrá entre sus

funciones básicas: atender a los clientes que se sientan en la barra y a los comensales del restaurante interesados en alguna bebida en particular; utilizando su creatividad y presteza en la preparación de bebidas nacionales e internacionales, es decir, las bebidas exóticas de Japón con un toque de sabor ecuatoriano. También, debe estar pendiente de que el volumen de la música en todo el establecimiento, se encuentre en el nivel correcto. Además, debe mantener el inventario, reportando al gerente las necesidades de bebidas, utensilios, etc. Salario: \$ 750 al mes.

Entre sus competencias, atributos y valores están: Trabajo en equipo. Toma de decisiones. Solución de problemas. Comunicar y organizar ideas e información. Limpieza. Trato cortés al cliente y equipo de trabajo. Establecer una relación efectiva con el cliente y mantenerla durante todo el servicio. Responsabilidad. Ética en el trabajo. Discreción. Respeto

Ayudante de cocina:

Requisitos: Bachiller, con formación específica como ayudante de cocina. Con conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina y certificado de manipulación de alimentos. Con conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas. Mayor de edad. Mínimo un año de experiencia en trabajos similares. Es el encargado de la preparación de los platos siguiendo las indicaciones del chef, Además, debe mantener limpia la cocina, los utensilios y equipos. Salario: 1 salario mínimo legal.

Entre sus competencias están el ser una persona interesada por la cocina y la alimentación. Debe ser una persona meticulosa, capaz de trabajar en equipo,

con una buena higiene personal y buena forma física. Además, debe ser resistente, para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados y, entre sus competencias estarían el ser activo, bien organizado. Debe tener capacidad para trabajar bajo presión durante períodos de mucho trabajo, capacidad para trabajar en equipo, capaz de trabajar con rapidez. Enérgico, entusiasta y debe tener habilidades prácticas.

Meseros(as):

Requisitos: Bachiller, con formación específica como mesero(a). Con cursos de atención al público. Con conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina y certificado de manipulación de alimentos. Mayor de edad. Mínimo un año de experiencia en trabajos similares. Su función básica es la de atender a los comensales; recibiendo y entregando los pedidos solicitados. Además, debe velar porque los clientes se sientan cómodos e informar en la cocina si existe alguna inconformidad con la comida. Al final debe velar por el pago puntual de lo consumido. Sueldo: 1 salario mínimo legal.

Para el cargo de mesero, se requiere que la persona tenga energía y resistencia física. Buenas habilidades de comunicación. Un trato amable y familiar. Un gusto por la comida y por el trato con los clientes. Saberse el menú y hacer recomendaciones, si se les pide. Tratar los clientes con tacto y paciencia. Trabajar con rapidez y eficacia en las horas punta. Mantener la calma bajo presión. Un aspecto limpio y ordenado. Habilidades numéricas para realizar cobros. Una personalidad extrovertida resulta útil para este tipo de trabajo. Asimismo, entre las

competencias están el acondicionar el área del restaurante. Debe ser activo y amable. También debe poseer aptitudes para manejar efectivo. Aptitudes para trabajar en el servicio al cliente. Capacidad para trabajar durante muchas horas seguidas. Capacidad para trabajar en equipo. Capaz de realizar acciones como agacharse o levantar cosas. Capaz de seguir métodos de seguridad. Capaz de trabajar bajo presión. Capaz de trabajar con rapidez. Cumple con las normas de higiene y seguridad. De aspecto inteligente. Despeja y limpia mesas. Educado. Enérgico. Entusiasta. Mantiene la calma en el trato con personas peligrosas o enfadadas. Muy meticuloso con su higiene personal.

Personal de limpieza:

Requisitos: Bachiller. Mayor de edad. Mínimo un año de experiencia en trabajos similares. Las funciones de este puesto se centran en la limpieza diaria y programada del restaurante-bar. Concretamente, la limpieza de suelos, mobiliario, cristales, baños. Además, vaciado de tachos de basura, sacar la basura los días estipulados y reponer diariamente los materiales desechables como servilletas, papel higiénico y jabón en los baños. Sueldo: 1 sueldo mínimo legal.

Almacenista:

Requisitos: Bachiller, con formación específica como almacenista. Mayor de edad. Mínimo un año de experiencia en trabajos similares. Recibe, revisa que todo llegue en orden, ordena y entrega los equipos, materiales y alimentos, según

órdenes de compra. También realiza inventario mensual de enseres y reporta al gerente general del restaurante. Salario: \$ 620 dólares al mes.

Debe poseer habilidad en el manejo y operación de materiales e insumos. Además, debe poseer las siguientes actitudes: Iniciativa, responsabilidad, cooperación, efectividad, honestidad, discrecionalidad y las siguientes destrezas: fuerza física y destrezas motrices. Mentales: las que permitan atender instrucciones y brindar el servicio.

Cajero(a):

Requisitos: Bachiller, con formación específica como cajero. Mayor de edad. Mínimo un año de experiencia en trabajos similares. Entre sus funciones está el saludar al entrar el cliente y le asigna lugares. Al terminar de consumir el comensal, el cajero(a) se encarga de procesar los pagos y al final de su turno debe conciliar los registros y calcular las propias para hacer entrega de su parte a cada mesero(a). Salario: 1 sueldo mínimo al mes.

Además, debe poseer las siguientes aptitudes y capacidades: resistencia a la monotonía, responsabilidad. Saber orientar al cliente; capacidad para trabajar en equipo, buena comunicación, organización, dinamismo y debe ser una persona polivalente. Asimismo, debe gustarle el trato con la gente, es metódico y responsable.

Políticas de trabajo.

A continuación, se expresan las políticas de trabajo que regirán en el restaurante:

1. En cuanto al uniforme. Este será establecido por el gerente general y se deberá llevar todos los días de manera pulcra y ordenada.
2. En cuanto al horario. Serán turnos rotativos de siete horas, con una hora para el break.

Obligaciones del empleador:

- 1) Celebrar un contrato de trabajo.
- 2) Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- 3) Afiliar al trabajador a la seguridad social "IESS" desde el primer día.
- 4) Tratar a los trabajos con cortesía y respeto.
- 5) Regirse por el sueldo mínimo establecido por la ley, de \$375 por mes.
- 6) Pagar horas extras.
- 7) Pagar los décimos tercero y cuarto.
- 8) Pagar utilidades si el restaurante genera beneficios.

Derechos laborales del trabajador.

- 1) Afiliación a la seguridad social desde el primer día de trabajo, aún cuando esté a prueba.

- 2) A un periodo de vacaciones laborales remuneradas, a partir del año de trabajo.
- 3) A recibir como mínimo el sueldo básico (\$375.00).
- 4) A recibir los décimos tercero y cuarto, en las fechas establecidas.
- 5) A recibir pago de horas extras.
- 6) A un periodo de licencia por paternidad o maternidad.
- 7) A recibir un pago por concepto de utilidades.

1. ANÁLISIS FINANCIERO

1.1. Costo de operación

Tabla # 27: Costo de operación

PUESTO	CANTIDAD	MENSUAL	TOTAL	ANUAL
Gerente	01	\$ 1.700	\$ 1.700	\$ 20.400
Chef	01	\$ 750	\$ 750	\$ 9.000
Barman	01	\$ 750	\$ 750	\$ 9.000
Ayudante de cocina	04	\$ 375	\$ 1.500	\$ 18.000
Meseros(as)	04	\$ 375	\$ 1.500	\$ 18.000
Personal de limpieza	02	\$ 375	\$ 750	\$ 9.000
Almacenista	01	\$ 620	\$ 620	\$ 7.440
Cajero(a)	02	\$ 375	\$ 750	\$ 9.000
Total general				\$ 99.840

Fuente: Elaboración propia.

1.2. Inversión total

Se realiza este cuadro para mostrar claramente la inversión requerida para la instalación y operación del restaurante.

Tabla # 28. Inversión Total

DETALLE DE CUENTAS	VALORES
<u>Activos Corrientes</u>	
Caja-Banco	\$ 5.696,82
<u>Activos Fijos</u>	
Equipos y Enseres	\$ 8.600,18
Presupuestos de investigación	\$ 455,00
<u>Activos Diferidos</u>	
Gastos Pre-pagados	\$ 1.828,00
Gastos Pre-operacionales	\$ 2.420,00
Inversión Inicial Total	\$ 19.000,00

Fuente: Elaboración propia.

1.3. Inversión de activos fijos y capital

Para iniciar operaciones, se requiere una inversión inicial, la cual se logrará con capital propio.

Tabla # 29. Inversión de activos fijos y capital

RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
CAJA			
Arriendo por adelantado	2	2.000,00	4.000,00
Servicios Básicos	1	560,00	560,00
TOTAL			4.560,00

INVERSIÓN DE MUEBLES Y ENSERES			
Equipos de cocina			
Licuada	1	150,00	150,00
Refrigeradora/congelador	1	1.071,06	1.071,06
Batidora Industrial	1	850,00	850,00
Cocina con plancha	1	1.256,00	1.256,00
TOTAL			3.327,06

Utensilios de cocina y vajillas			
Tabla de picar de madera	3	4,00	12,00
Pinzas para quitar espinas de pescado	2	2,00	4,00
Envases de especias	10	1,20	12,00
Cuchillos japoneses grandes	3	8,00	24,00
Hangiri	2	6,00	12,00
Tabla de picar	2	4,98	9,96
Bowl grande de acero inoxidable	2	16,00	32,00
Espátula japonesa	2	5,25	10,50
Pinzas de cocina de acero inoxidable	4	3,00	12,00
Esterillas para sushi	4	3,68	14,72
Arroceras	4	8,00	32,00
Bandejas de sushi	60	1,10	66,00
Platos	60	0,80	48,00
Vasos	90	0,50	45,00
Juego de palillos chinos	72	0,15	10,08
Juego de cubiertos	5	6,00	30,00
Envases para salsas	20	0,50	10,00
			-
TOTAL			387,68

Equipo de Oficina			
Caja registradora	1	926,70	926,70
Sillas	2	16,00	32,00
Escritorio	1	220,00	220,00
Computador	1	390,00	390,00
Cámara de seguridad	4	65,00	260,00
Suministros de oficina		60,00	60,00
TOTAL			1888,70

Área de bar			
Medidor	1	3,50	3,50
Copas	60	1,70	102,00
Sillas altas	3	25,00	75,00
TOTAL			180,50

Área de comedor			
Mesas cuadradas	4	35,00	140,00
Mesas largas	2	40,00	80,00
Sillas de madera	30	20,00	600,00
Sillas de bebé	2	25,00	50,00
TOTAL			870,00

Equipos de Limpieza			
Escoba	2	3,29	6,58
Galón de lavaplatos	1	6,00	6,00
Trapeador	2	2,76	5,52
Tacho de basura	6	5,47	32,82
fundas de basura	60	0,10	6,00
Suministros de limpieza	3	30,00	90,00
Papel higiénico	60	0,25	15,00
TOTAL			161,92

I NVERSIONES EN GASTOS PREPAGADOS			
Publicidad pagada	1	1378,00	1378,00
Uniformes	15	30,00	450,00
TOTAL			1828,00

PRESUPUESTO DE INVESTIGACION			
Encuestadores	1	375,00	375,00
Suministros	1	80,00	80,00
TOTAL			455,00

PRESUPUESTO DE GASTOS DE PRE OPERACIÓN			
Gastos legales de constitución			750,00
Gastos y diseños arquitectónicos			1500,00
Patentes y Marcas			100,00
Servicios de Imprenta			25,00
Sistema informativo			400,00
TOTAL			2775,00
TOTAL			19.218,18

Fuente: Elaboración propia.

1.4. Balance Inicial

Tabla # 30. Balance Inicial

BALANCE INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES			
Caja – Banco	5696,82		
ACTIVOS FIJOS			
Muebles y enseres	8600,18		
Presupuesto de investigación	455,00	PATRIMONIO	
ACTIVOS DIFERIDOS		CAPITAL SOCIAL	19000,00
Gastos pre operacionales	2420,00	TOTAL PATRIMONIO	19000,00
Gastos prepagados	1828,00		
TOTAL DE ACTIVOS	19000,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	19000,00

Fuente: Elaboración propia.

1.5. Depreciación y Amortización

Para la evaluación de la economía de este proyecto se usará una depreciación lineal a 5 años para la inversión capitalizable.

Tabla # 31. Depreciación

RUBROS	V.BIEN	%	V.U.	MENSUAL	DEPRECIACIONES ANUALES				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	6711,48	1%	10	\$ 67,11	60,40	54,36	48,93	44,03	39,63
EQUIPOS DE OFICINA	1888,70	1%	3	\$ 14,20	12,78	11,50	10,35	9,32	8,38
TOTAL					73,18	65,86	59,28	53,35	48,02

CUADRO DE AMORTIZACIONES DE GASTOS									
PREOPERACIONALES		AMORTIZACIONES ANUALES		AMORTIZACIONES ANUALES					
RUBROS	VALOR	AÑOS	PRIMER AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	750,00	5,00	12,53	12,53	12,53	12,53	12,53	12,53	
ESTUDIOS DE MERCADO	220,00	5,00	3,674	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	
ESTUDIOS Y DISEÑOS	350,00	5,00	5,845	5,85	5,85	5,85	5,85	5,85	
ARQUITECTONICOS	1000,00	5,00	16,7	16,70	16,70	16,70	16,70	16,70	
PATENTES Y MARCAS	100,00	5,00	1,67	1,67	1,67	1,67	1,67	1,67	
SUMA TOTAL AMORTIZACIONES			40,414	40,41	40,41	40,41	40,41	40,41	

Fuente: Elaboración propia.

1.6. Sueldos y Beneficios anuales

Tabla # 31. Sueldos y Beneficios anuales

CARGO	SUELDO Y BENEFICIOS ANUALES														
	CANTIDAD DE PERSONAS	SUELDO BASICO MENSUAL		SUELDO BASICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL (11.15%)	FONDO DE RESERVA	COSTO TOTAL (USD) MENSUAL	COSTO TOTAL (USD) 1er AÑO	COSTO TOTAL (USD) 2do AÑO	COSTO TOTAL (USD) 3er AÑO	COSTO TOTAL (USD) 4to AÑO	COSTO TOTAL (USD) 5to AÑO
PERSONAL DE PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)															
Chef	1	750,00	750,00	9000,00	750,00	310,00	750,00	83,63	756,00	750,00	11649,63	11766,12	11883,78	12002,62	12122,65
Ayudante de cocina	4	375,00	1500,00	18000,00	1500,00	620,80	1500,00	167,25	1512,00	1500,00	23300,05	23533,05	23768,38	24006,06	24246,13
PERSONAL ADMINISTRATIVO										2250,00	34949,68	35299,17	35652,16	36008,69	36368,77
Gerente	1	1700,00	1700,00	20400,00	1700,00	704,00	1700,00	189,55	1713,60	1700,00	26407,15	26671,22	26937,93	27207,31	27479,39
Almacenista	1	620,00	620,00	7440,00	620,00	257,00	620,00	69,13	624,96	620,00	9631,09	9727,40	9824,67	9922,92	10022,15
PERSONAL ÁREA DE VENTAS										2320,00	36038,24	36398,62	36762,61	37130,23	37501,54
Meseros	5	375,00	1875,00	22500,00	1875,00	620,80	1500,00	209,06	1890,00	1875,00	28594,86	28880,81	29169,62	29461,32	29755,93
Cajero	2	375,00	750,00	9000,00	750,00	310,00	750,00	83,63	756,00	750,00	11649,63	11766,12	11883,78	12002,62	12122,65
...										2625,00	40244,49	40646,93	41053,40	41463,94	41878,58
COSTO TOTAL ANUAL										\$ 7.195,00	\$ 111.232,40	\$ 112.344,73	\$ 113.468,17	\$ 114.602,86	\$ 115.748,88

Fuente: Elaboración propia.

1.7. Promedio de ventas

La capacidad inicial del restaurante será de 60 personas por día para la comida y una proporción del 20%, es decir unas 12 personas más para el bar en las noches. 72 personas por día = 2.160 personas al mes. Siendo el precio promedio del plato más bebidas de 7,80 = \$ 16.848,00.

Tabla # 32. Promedio de ventas

PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTA PROMEDIO POR PLATO	16848,00	17353,44	17874,04	18410,26	18962,57	19531,45	20117,39	20720,91	21342,54	21982,82	22642,30	23321,57

PRODUCTO	PRECIO
PROYECCION DE DEMANDA	5%

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTA PROMEDIO POR PLATO	239107,31	251062,68	263615,81	276796,60	290636,43

Fuente: Elaboración propia.

1.8. Proyección de compra

Tabla # 33. Proyección de compra

PROYECCION MENSUAL DEL COSTO DE PRODUCCIÓN														
RUBRO		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Mano de Obra Directa														
Chef	1	970,80	970,80	970,80	970,80	970,80	970,80	970,80	970,80	970,80	970,80	970,80	970,80	11649,63
Ayudante de Cocina	4	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	1941,67	23300,05
Total \$		2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	34949,68

PROYECCION ANUAL DEL COSTO DE PRODUCCION					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra Directa					
Chef	11649,63	11649,63	11649,63	11649,63	11649,63
Ayudante de Cocina	23300,05	23300,05	23300,05	23300,05	23300,05
TOTAL	34949,68	34949,68	34949,68	34949,68	34949,68

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los costos de compra tenemos los gastos de la materia prima y el costo de la mano de obra.

1.9. Proyección Mensual

Tabla # 34. Proyección mensual

PROYECCIÓN MENSUAL DEL PRIMER AÑO DE GASTOS GENERALES													
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	6439,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	72534,35
Sueldos y Beneficios de Personal Administrativo	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19	3003,19
Servicios Básicos	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	6720,00
Arriendo del local	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	24000,00
Suministros de Oficina	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
Servicios de imprenta	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
Materiales de limpieza	161,92	161,92	161,92	161,92	161,92	161,92	161,92	161,92	161,92	161,92	161,92	161,92	1943,04
Sistemas Informaticos	400,00												400,00
Impuesto (1,5 X Mil)	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	60,00
Patentes y Permisos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1200,00
Depreciaciones de Activos Fijos	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	774,00

Amortización	59,51	59,51	59,51	59,51	59,51	59,51	59,51	59,51	59,51	59,51	59,51	59,51	714,12
GASTOS DE VENTAS	4200,00	2550,00	2550,00	2550,00	2550,00	3000,00	2550,00	2550,00	2550,00	2550,00	2550,00	2550,00	32700,00
Sueldos y Beneficios Personal Área de Venta	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	2250,00	27000,00
Uniformes	450,00					450,00							900,00
Publicidad y Promoción	1500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	4800,00
TOTAL GASTOS GENERALES	10639,12	8589,12	8589,12	8589,12	8589,12	9039,12	8589,12	8589,12	8589,12	8589,12	8589,12	8589,12	105234,35

Fuente: Elaboración propia.

1.10. Proyección anual de gastos generales

Tabla # 35. Proyección anual de gastos generales

PROYECCION ANUAL DE GASTOS GENERALES					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	75872,59	77010,68	78550,89	80121,91	81724,34
Sueldos y Beneficios Personal Administrativo	39041,43	39627,05	40419,59	41227,98	42052,54
Servicios Básicos	6720,00	6820,80	6957,22	7096,36	7238,29
Arriendo del Local	24000,00	24360,00	24847,20	25344,14	25851,03
Suministros de Oficina	720,00	730,80	745,42	760,32	775,53
Servicios de imprenta	300,00	304,50	310,59	316,80	323,14
Materiales de limpieza	1943,04	1972,19	2011,63	2051,86	2092,90
Sistemas Informaticos	400,00	406,00	414,12	422,40	430,85
Impuesto (1,5 X Mil)	60,00	60,90	62,12	63,36	64,63
Patentes y Permisos	1200,00	1218,00	1242,36	1267,21	1292,55
Depreciaciones de Activos Fijos	774,00	785,61	801,32	817,35	833,70
Amortización	714,12	724,83	739,33	754,12	769,20
GASTOS DE VENTAS	32700,00	33190,50	33854,31	34531,40	35222,02
Sueldos y Beneficios Personal Área de venta	27000,00	27405,00	27953,10	28512,16	29082,41
Uniformes	900,00	913,50	931,77	950,41	969,41
Publicidad y Promoción	4800,00	4872,00	4969,44	5068,83	5170,21
TOTAL GASTOS GENERALES	108572,59	110201,18	112405,20	114653,30	116946,37

Fuente: Elaboración propia.

1.11. Proyección de estado de resultado mensual del primer año

Tabla # 36. Estado de resultado mensual 1er. año

PROYECCION DE ESTADO DE RESULTADO MENSUAL DEL PRIMER AÑO												
RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS TOTALES	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00	32760,00
(-) COSTOS	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47	2912,47
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53	29847,53
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	6439,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12	6039,12
(-) GASTOS DE VENTAS	4200,00	2550,00	2550,00	2550,00	2550,00	3000,00	2550,00	2550,00	2550,00	2550,00	2550,00	2550,00
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	19208,41	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54
(-) GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION A TRABAJADORES	19208,41	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54	18743,54
(-) PARTICIPACION A TRABAJADORES	55,47	40,47	54,72	84,72	84,72	114,72	241,47	241,47	241,47	241,47	241,47	241,47
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	19152,94	18703,07	18688,82	18658,82	18658,82	18628,82	18502,07	18502,07	18502,07	18502,07	18502,07	18502,07
(-) IMPUESTO A LA RENTA	76,61	74,81	74,76	74,64	74,64	74,52	74,01	74,01	74,01	74,01	74,01	74,01
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	19076,33	18628,26	18614,06	18584,18	18584,18	18554,30	18428,06	18428,06	18428,06	18428,06	18428,06	18428,06

1.12. (11.1.) Estado de resultados proyectado a cinco años

Tabla # 37

PROYECCION DE ESTADO DE RESULTADO ANUAL DE 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS TOTALES	202176,00	212284,80	222899,04	234043,99	245746,19
(-) COSTOS	34949,68	47704,24	47704,24	47704,24	47704,24
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	167226,33	164580,56	175194,80	186339,75	198041,95
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	72869,40	80875,30	82114,06	84644,77	86672,01
(-) GASTOS DE VENTAS	32700,00	37132,41	38989,03	40938,48	42985,41
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	61656,93	46572,85	54091,71	60756,50	68384,53
(-) GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION A TRABAJADORES	61656,93	46572,85	54091,71	60756,50	68384,53
(-) PARTICIPACION A TRABAJADORES	1881,37	2333,22	3138,41	3983,87	4871,59
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	59775,56	44239,63	50953,30	56772,63	63512,94
(-) IMPUESTO A LA RENTA	830,37	871,89	915,48	961,25	1009,32
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	58945,19	43367,74	50037,82	55811,38	62503,63
DEPRECIACION Y AMORTIZACION (GASTOS)	113,60	1626,29	1626,29	1058,67	1058,67
LA UTILIDAD SERIA ESTA	58831,59	41741,45	48411,53	54752,71	61444,96

Fuente: Elaboración propia.

1.13. (11.2.) Flujo de caja proyectado a cinco años

Tabla # 38. Flujo de caja proyectado a cinco años.

PROYECCION DEL FLUJO DE CAJA ANUAL						
RUBROS	INVERSI ON INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
INGRESOS TOTALES		393120,00	412776	433414,8	455085,5	477839,82
(-) EGRESO DE EFECTIVOS		143296,73	158010,80	162300,10	166731,62	171311,07
GASTOS DE OPERACIONES		34949,68	36697,159	38532,017	40458,62	42481,548
GASTOS DE ADMINISTRACION		72869,40	67045,62	68386,53	69754,26	71149,35
GASTOS DE VENTAS		32700,00	51408,00	52436,16	53484,88	54554,58
PARTICIPACION DE TRABAJADORES		1883,64	1921,31	1959,74	1998,93	2038,91
IMPUESTO A LA RENTA		894,01	938,72	985,65	1034,93	1086,68
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		249823,27	254765,20	271114,70	288353,92	306528,75
FLUJO DE INVERSION						
INGRESO DE EFECTIVOS						
VENTAS DE ACTIVOS FIJOS		-	-	-	-	-
(-) EGRESOS DE EFECTIVO						
COMPRAS DE ACTIVOS FIJOS		-	-	-	-	-
(=) FLUJO NETO DE INVERSION						
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
INGRESO DE EFECTIVO						
PRESTAMOS RECIBIDOS		-	-	-	-	-
(-) EGRESOS DE EFECTIVO						
PAGOS DE PRESTAMOS O PRINCIPAL		-	-	-	-	-
PAGO DE INTERESES		-	-	-	-	-
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		-	-	-	-	-
FLUJO NETO DE CAJA	19218,18	249823,27	254765,2	271114,7	288353,9	306528,75

1.14. (11.3.) Análisis del punto de equilibrio

Tabla # 39. Tabla del punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO							
		FIJO			VARIABLE		
		1	2	3	1	2	3
Mano de obra directa	Variable	0,00	0,00	0,00	34.949,68	36.697,16	38.532,02
Mano de obra indirecta	Variable	0,00	0,00	0,00	39.041,43	40.993,50	43.043,17
Materiales directos	Variable	0,00	0,00	0,00	2.568,88	2.697,32	2.832,18
Materiales indirectos	Variable	0,00	0,00	0,00	3.002,92	3.153,07	3.310,72
Suministros y servicios	Fijo	7.740,00	8.127,00	8.533,35	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	Fijo	73,18	774,03	774,03	0,00	0,00	0,00
Amortizaciones	Fijo	40,41	714,00	714,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Generales	Fijo	108.572,59	132.743,82	140.834,83	0,00	0,00	0,00
TOTAL		116.426,18	142.358,85	150.856,21	79.562,90	83.541,04	87.718,09
VENTAS		393.120,00	412.776,00	433.414,80			
PUNTO DE EQUILIBRIO %		37%	43%	44%			
PUNTO DE EQUILIBRIO \$		145.968,50	178.481,40	189.134,91			

Fuente: Elaboración propia.

1.15. (11.4) Análisis de sensibilidad

Tabla # 40. Tabla del análisis de sensibilidad.

ESCENARIOS	VAN	TIR	B/C
Escenario actual	\$58.831,59	5,20%	\$1,89
Ventas bajan 5%	\$55.890,02	4,60%	\$1,84
Costos suben 10%	\$53.782,00	2,60%	\$1,54

Fuente: Elaboración propia.

Se exponen dos escenarios negativos: uno, donde las ventas descienden un 5%, y otro donde los costos ascienden a 10%.

1.16. (11.5.) Análisis de rentabilidad

Tabla # 41. Tabla del análisis de rentabilidad.

	INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ingresos Totales = %	91,11	88,44	88,99	89,52	90,02
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ingresos Totales = %	63,52	58,67	59,73	60,59	61,41
ROA (RETERNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	782,27	1993,70	2141,57	2291,20	2448,39
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	1314,273	1274,557	1362,406	1451,161	1544,533

Fuente: Elaboración propia.

La tabla refleja que el proyecto es rentable y por lo tanto viable.

VIABILIDAD DEL PROYECTO (CONCLUSIONES)

Dentro del estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante japonés que responda a las exigencias del consumidor, que se posicione del mercado, llegando a ser el primero en su área en la ciudad de Cuenca y que promueva el interés a nivel turístico y de acceso a los regionales; a tiempo de ocio de calidad; se indicaron cuatro objetivos para determinar si la implementación de este restaurante es conveniente y se concluye que:

1. En el estudio de mercado se verifico la demanda, realizando encuestas que constataron que las personas si acudirían a este tipo de restaurantes por el hecho de que la demanda es alta.
2. En el estudio técnico se corroboró el lugar específico para la implementación del restaurante, comprobándose que el lugar es popular entre los posibles clientes. Además, se realizó una investigación donde se indica lo necesario para el restaurante, tanto como sus equipos y enseres, la materia prima y la mano de obra, es decir la inversión total.
3. Por su parte, en el estudio financiero se demuestra en forma monetaria los valores de toda la inversión del restaurante, con una proyección mensual y anual, a cinco años, donde se comprueba la factibilidad del restaurante.
4. En síntesis, el estudio de factibilidad es aceptado y por esto se considera un proyecto viable.

5. En otro orden de ideas, también se considera bastante importante el hecho de que se generarían algunos puestos de trabajo que ayudarían a bajar un poco el déficit de desempleo que existe actualmente en la ciudad.

Bibliografía

Acosta-Burneo, A. (9 de Junio de 2016). Sobredosis. *Vistazo*, 27.

Alcaldía de Cuenca. (s.f.). *Declaración de Patentes*. Obtenido de <http://www.cuenca.gob.ec/?q=content/declaracion-de-patentes>

Ashe-Edmunds, S. (s.f.). *Asesoramiento Profesional*. Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <http://pyme.lavoztx.com/cmo-calcular-el-costo-de-los-alimentos-en-un-restaurante-6449.html>

Benemérito Cuerpo de Bomberos de Cuenca. (s.f.). Obtenido de Servicios a la comunidad: <http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/Permisos-para-Locales-Comerciales/30>

consumidorecuatoriano.blogspot.com. (s.f.). Recuperado el 23 de febrero de 2017, de <http://consumidorecuatoriano.blogspot.com/#uds-search-results>

Cuerpo de Bomberos de Samborondon. (2015). *Servicios: Cuerpo de Bomberos de Samborondon*. Obtenido de Cuerpo de Bomberos de Samborondon: <http://www.bomberossamborondon.gob.ec/servicios.html>

DERECHOS POR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO AÑO 2013. (s.f.). Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/Costo-permisos-de-funcionamiento.pdf>

Diario El Comercio. (24 de Julio de 2016). *Actualidad*. Recuperado el 05 de Julio de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/cuenca-perfil-turistas-alojamiento-diversion.html>

Diario El Telégrafo. (21 de Mayo de 2017). *Economía*. Recuperado el 05 de Julio de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/en-marzo-de-2017-la-tasa-de-desempleo-alcanzo-el-4-4-a-nivel-nacional>

Diario El Telégrafo. (s.f.). *eltelegrafo.com*. Recuperado el febrero de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/cuatro-tipos-de-negocios-resultan-muy-rentables>

Diario La República. (26 de Junio de 2017). *Ecuador fortalecerá política exterior para potenciar su presencia en el mundo*. Recuperado el 05 de Julio de 2017, de <http://www.larepublica.ec/blog/politica/2017/06/26/ecuador-politica-exterior-potenciar-presencia-mundo/>

El Comercio. (2015). Correa es el Presidente con más tiempo en el poder de forma continua. *El Comercio*.

El País. (25 de Mayo de 2016). Rafael Correa presume su “década ganada” pero las cifras lo contradicen. *El País*.

El Telegrafo. (2016). "La economía ya muestra signos de recuperación" .

El Universo. (2 de Agosto de 2012). El capitán de su negocio. *El Universo*.

El Universo. (6 de Febrero de 2014). Johnnie Pine's, carnes y pizzas a lo americano. *El Universo*.

El Universo. (25 de Mayo de 2016). Rafael Correa: El país debe descansar de mí, y yo también del país. *El Universo*.

eltiempo.com.ec. (06 de 01 de 2015). Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/346342/este-ano-habra-580-000-habitantes-en-cuenca>

eltiempo.com.ec. (10 de Julio de 2016). *Cuenca*. Recuperado el 06 de Julio de 2017, de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/377759/niveles-de-contaminacion-en-cuenca-tienden-a-crecer>

En forma 180. (s.f.). Recuperado el 12 de Julio de 2017, de <http://www.salud180.com/nutricion-y-ejercicio/6-razones-para-comer-sushi>

GAD Municipal de Samborondón. (16 de Marzo de 2015). *Diagnóstico*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de Alcaldía de Samborondón: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/0960001460001_0960001460001diagnostico_15-11-2014_16-03-2015_19-18-45.pdf

Google Maps. (s.f.). Recuperado el 16 de Julio de 2017, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Ave+Fray+Vicente+Solano+%26+Jos%C3%A9+Alvear,+Cuenca/@-2.9045272,-79.0088135,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91cd186d3ff55849:0x5e3a31d4684bc2f5!8m2!3d-2.9045272!4d-79.0066248>

INEC. (2010). Recuperado el 17 de Julio de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Instituto ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (29 de 09 de 2014). *¿Cómo registrar una marca?* Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>.

Instituto Nacional de estadísticas y Censo. (04 de 02 de 2013). *INEC presenta resumen estadístico 2012*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-resumen-estadistico-2012/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. Fascículo provincial Azuay. (s.f.). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/azuay.pdf>

Instituto Nacional de estadísticas y Censos. (2010). *Resultados del Censo 2010 de Población y Vivienda*. Recuperado el 16 de Julio de 2017, de Fascículo Provincial Azuay: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/azuay.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing, Sexta Edición*. Petrinice Hall.

LEXUS. (2011). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Barcelona.

López, J. C. (2007). Publicidad emocional: estrategias creativas. *Comunicación y hombre: revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades*, 143-146.

MHEducation. (s.f.). *MHEducation*. Obtenido de La oferta, la demanda y el mercado: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>

Ministerio de Salud Pública. (s.f.). *Emisión del certificado único de salud*.

Ministerio de Salud Pública. (s.f.). *Requisitos para establecimientos nuevos*.

Ministerio de Salud Pública. (s.f.). *requisitos y valores a pagar para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos comerciales y de servicios*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/conozca-los-requisitos-y-valores-a-pagar-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-de-establecimientos-comerciales-y-de-servicios/>

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (s.f.). *La penetración de internet banda ancha*. Recuperado el 06 de Julio de 2017, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/la-penetracion-de-internet-banda-ancha-aumento-en-el-ecuador-y-se-consolida-como-politica-publica/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Ecuador Potencia Turística*. Recuperado el 5 de February de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de->

establecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas* . Obtenido de Ministerio del Turismo del Ecuador: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110>

MINTUR. (2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR “PLANDETUR 2020”*.

Muñiz, R. (2017). *Marketing en el siglo XXI*. Recuperado el 16 de Julio de 2017, de <http://www.marketing-xxi.com/proceso-de-la-investigacion-de-mercados-i-24.htm>

OMT. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Egraf.

OMT. (1998). *Introduccion al Turismo* . Madrid: Egraf.

Organización Mundial de la Salud. (2016). *Maltrato Infantil*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs150/es/>

PATENTES MUNICIPALES CUENCA-ECUADOR. (s.f.). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/109544639/PATENTES-MUNICIPALES-CUENCA-ECUADOR>.

Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2014). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Quito.

SRI. (s.f.). *Servivio de Rentas Internas*. Obtenido de file:///C:/Users/bdebe_000/Downloads/RUC-FICHA%20REQUISITOS%20IDENTIFICACI%C3%93N%20Y%20UBIACI%C3%93N.pdf

UNICEF Ecuador. (2013). *Situación de la Niñez*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de https://www.unicef.org/ecuador/children_28783.html