



CARRERA GASTRONOMÍA

TEMA:

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE
DE PLATOS ASADOS BBQ EN EL SECTOR DE SOLANDA EN LA CIUDAD DE
QUITO"**

Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Gastronomía

AUTOR: ANTHONY GALARZA SALAZAR

TUTOR: MSC. BYRON BAEZ

D.M. Quito, 22 de marzo del 2020

DEDICATORIA

Dedico la presente Tesis a Dios ya que gracias a él he podido concluir este proyecto, a toda mi familia especialmente a mis amados padres Silvana Salazar y Gustavo Galarza que a pesar de las adversidades me han apoyado siempre e incondicionalmente y a mi querida novia Kelly Cordero por darme ánimos en todo momento y no dejar que nunca me rinda ante las dificultades.

Esto es por y para ustedes.

AGRADECIMIENTO

A la bendición de Dios y el arduo trabajo de mis padres que con su sacrificio y amor he podido llegar a este gratificante momento, a mis abuelitos que con su cariño me han sabido bien aconsejar, a mi tutor de Tesis que con su tutela he logrado concluir la presente Tesis, a todos los docentes involucrados en mi educación académica superior que con su sabiduría y paciencia me han inspirado a ser una gran persona y un gran profesional, a mis compañeros y amigos que me han dado ánimos para seguir adelante.

Gracias a todos.

AUTORIA

Yo, Anthony Paúl Galarza Salazar, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

ANTHONY GALARZA SALAZAR

Quito, 22 de marzo del 2020

MSC. BYRON BAEZ

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSC. BYRON BAEZ

Quito, del 2020

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Byron Baez** y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y el Sr. Anthony Paúl Galarza Salazar por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - El Sr. Anthony Paúl Galarza realizó el trabajo fin de carrera titulado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE PLATOS ASADOS BBQ EN EL SECTOR DE SOLANDA EN LA CIUDAD DE QUITO", para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del MSc. Byron Baez.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, MSc. Byron Baez. en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Anthony Paúl Galarza Salazar, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE PLATOS ASADOS BBQ EN EL SECTOR DE SOLANDA EN LA CIUDAD DE QUITO", y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MSC. BYRON BAEZ

ANTHONY GALARZA SALAZAR

Quito, del 2020

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORIA.....	4
CERTIFICA.....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	6
INDICE DE CONTENIDOS	7
ÍNDICE DE TABLAS E IMÁGENES.....	10
ÍNDICE DE ESQUEMAS Y FORMAS	11
RESUMEN.....	12
CAPITULO 1	1
1.1. NATURALEZA DEL PROYECTO	1
1.2. MARKETING	2
1.3. ADMINISTRACIÓN, PRODUCCIÓN O SERVICIO.....	2
1.4. CONTABILIDAD Y FINANZAS	3
CAPITULO 2.....	4
2. 1. NOMBRE DE LA EMPRESA	4
2.1.2. LOGO Y ESLOGAN	4
2.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	5
2.3. TIPO DE EMPRESA	6
2.4. TAMAÑO DE LA EMPRESA	6
2.5. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	7
2.6. FILOSOFÍA EMPRESARIAL	8
2.6.1. MISIÓN	9
2.6.2. VISIÓN	9
2.6.3. METAS	9
2.6.4. ESTRATEGIAS.....	10
2.7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL	10
2.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	11
2.9. CAPITAL HUMANO REQUERIDO	12
2.10. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL PUESTO.....	13
CAPÍTULO 3.....	15
3.1. OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA	15
3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	15

3.2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA OFERTA Y DEMANDA DE MERCADO	16
3.2.2. OFERTA.....	19
3.2.3 DEMANDA.....	21
3.2.4. ANÁLISIS DE ENCUESTAS.....	22
3.3. ENTORNO EMPRESARIAL	30
3.3.1. MICROENTORNO	30
3.3.2. MACROENTORNO.....	32
3.4. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO	34
3.4.1. PRODUCTO	37
3.5. PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	38
3.5.1. PROMOCIONES.....	38
3.5.2. PUBLICIDAD.....	39
3.6. DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS	40
3.7. FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIOS	40
3.8. RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO	43
3.9. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	45
3.10. CAPACIDAD INSTALADA.....	46
3.11. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y OFICINAS	49
CAPITULO 4.....	52
4.1. OBJETIVOS DEL AREA	52
4.2. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA	52
4.3. REQUISITOS PARA OBTENER LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	53
4.3.1. RUC.....	53
4.3.2. PATENTE MUNICIPAL	53
4.3.3. LA LICENCIA ÚNICA DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE)	54
4.3.4. PERMISOS ANUALES DE FUNCIONAMIENTO, OTORGADO POR EL MINISTERIO DEL INTERIOR (P.A.F.).....	55
4.3.5. AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA)	56
4.3.6. REGISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL MINISTERIO DE TURISMO.	57
4.3.7. REGISTRO TURÍSTICO EN QUITO TURISMO	58
4.3.8. SAYCE.....	58
4.4. ASPECTOS LABORALES.....	59
4.5. ASPECTOS TRIBUTARIOS.....	61
4.5.1. IMPUESTO A LA RENTA	61

4.5.2. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	63
CAPITULO 5.....	65
5.1. OBJETIVO DEL AREA	65
5.2. IMPACTO AMBIENTAL.....	65
5.2.1. IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES IMPACTOS AMBIENTALES	66
5.2.2. MEDIDAS PARA CONTRARRESTAR LOS IMPACTOS ENCONTRADOS.....	67
5.3. IMPACTO SOCIAL	75
CAPÍTULO 6.....	76
6.1. OBJETIVO DE LA INVERSIÓN.....	76
6.2. ELEMENTOS DE LA INVERSIÓN	76
6.2.1. ACTIVOS FIJOS.....	77
6.2.2. ACTIVOS DIFERIDOS	77
6.2.3. CAPITAL DE TRABAJO	78
6.3. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	81
6.4. PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS.....	82
6.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	84
6.6. FLUJO DE EFECTIVO.....	85
6.7. VALOR ACTUAL NETO (VAN) Y TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	86
6.8. PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	87
6.9. EVALUACIÓN FINANCIERA	88
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
REFERENCIAS.....	92
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS E IMÁGENES

Imagen 1 Logo y Eslogan.....	5
Imagen 2 Avenida Ajaví	8
Imagen 3 Tarjeta de Presentación	40
Imagen 4 Plano del Restaurante	51
Imagen 5 Base Imponible.....	63
Tabla 1 Capital Humano Requerido.....	12
Tabla 2 Funciones del Personal	13
Tabla 3 Sustitutos	19
Tabla 4 Competencias	20
Tabla 5 Formula de la Muestra.....	22
Tabla 6 Opciones Pregunta 1 Encuesta	23
Tabla 7 Opciones Pregunta 2 Encuesta	24
Tabla 8 Opciones Pregunta 3 Encuesta	25
Tabla 9 Opciones Pregunta 4 Encuesta	26
Tabla 10 Opciones Pregunta 5 Encuesta	27
Tabla 11 Opciones Pregunta 6 Encuesta	28
Tabla 12 Opciones Pregunta 7 Encuesta	29
Tabla 13 Proveedores.....	31
Tabla 14 Clientes	31
Tabla 15 Receta Estándar de Producción	35
Tabla 16 Valores nutricionales	36
Tabla 17 Receta Estándar de Costos	42
Tabla 18 Equipos de Computación	46
Tabla 19 Equipos Industriales y de Seguridad	46
Tabla 20 Materiales de Oficina.....	47
Tabla 21 Inmuebles y Enceres.....	47
Tabla 22 Materiales de Limpieza.....	49
Tabla 23 Rol de Pagos	61
Tabla 24 Prevención de Impactos Recurso Aire.....	68
Tabla 25 Prevención de Impactos Recurso Agua	70
Tabla 26 Prevención de Impactos Recurso Suelo	71
Tabla 27 Activos Fijos	77
Tabla 28 Activos Diferidos	78
Tabla 29 Sueldos.....	78
Tabla 30 Servicios Básicos.....	79
Tabla 31 Materiales de Oficina.....	79
Tabla 32 Materiales de Limpieza.....	80
Tabla 33 Alquiler	80
Tabla 34 Publicidad	80
Tabla 35 Capital de Trabajo	81
Tabla 36 Estructura del Capital	82
Tabla 37 Costos Fijos.....	82
Tabla 38 Margen de Contribución	83

Tabla 39 Estados Financieros Proyectados	84
Tabla 40 Depreciación Activos Fijos	85
Tabla 41 Amortizaciones	85
Tabla 42 Tabla de Amortización	85
Tabla 43 Flujo de Caja	86
Tabla 44 VAN y TIR	87
Tabla 45 TMAR.....	89

ÍNDICE DE ESQUEMAS Y FORMAS

Esquema 1 Tipos de Empresa.....	7
Esquema 2 Mapa Organizacional	12
Esquema 3 Microentorno	30
Esquema 4 Macroentorno.....	32
Esquema 5 Producto	37
Esquema 6 Riesgos y Oportunidades.....	45

Forma 1 Resultados Pregunta 1 Encuesta	23
Forma 2 Resultados Pregunta 2 Encuesta	24
Forma 3 Resultados Pregunta 3 Encuesta	25
Forma 4 Resultados Pregunta 4 Encuesta	26
Forma 5 Resultados Pregunta 5 Encuesta	27
Forma 6 Resultados Pregunta 6 Encuesta	28
Forma 7 Resultados Pregunta 7 Encuesta	29
Forma 8 Punto de Equilibrio	83

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE
DE PLATOS ASADOS BBQ EN EL SECTOR DE SOLANDA EN LA CIUDAD DE
QUITO"**

AUTOR: ANTHONY GALARZA SALAZAR

DIRECTOR: MSC. BYRON BAEZ

FECHA: 22 DE MARZO DEL 2020

RESUMEN

TONI'S ^{RIBS AND WINGS} será un establecimiento de Alimentos y Bebidas que nace a partir de la necesidad de un crecimiento de este tipo de negocios en el sur de Quito, específicamente en la Avenida Ajaví, el cual se basará en la preparación de comida rápida y asada acompañada de salsa BBQ y similares, compuesta por un equipo de trabajo con actividades específicas y con un salario digno, constituido legalmente con la obtención de los debidos permisos de funcionamiento y pago de haberes, que seguirá guías de manejo ambiental para reducir el impacto que se produzca en el establecimiento y consecuentemente en el entorno en el cual se desarrollará, que utilizará estrategias publicitarias para atraer al potencial consumidor y que seguirá una planificación financiera bien estructurada para hacerlo económicamente estable y sustentable a una proyección de 5 años.

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

1.1. NATURALEZA DEL PROYECTO

TONI'S RIBS AND WINGS plantea ser una Microempresa destinada a la comercialización de alimentos preparados y bebidas, especializados en la utilización de la conocida Salsa BBQ y salsas similares para sus diferentes preparaciones, las cuales en su mayoría serán elaboradas a la parrilla utilizando la técnica del asado; todos estos elementos serán acompañados con distintos tipos de bebidas entre las que destacan las soft, de moderación y cocteles preparados por el personal del restaurante.

El negocio estará ubicado en el sector de Solanda al Sur de Quito, específicamente en la Av. Ajaví, zona con gran concurrencia de gente por ser un lugar de considerable comercialización de todo tipo de productos y servicios, por lo tanto, es idóneo ubicar ahí al restaurante. De igual manera, se contará con todos los permisos de funcionamiento y se cumplirá con todos los haberes de nuestro personal, para en el futuro, no tener problemas legales de constitución empresarial ni con las instituciones estatales que amparan al trabajador.

Así mismo, para el restaurante se ha determinado objetivos, misión, visión y estrategias para lograr posicionarse a corto o mediano plazo (de seis meses a 2 años) en el mercado de Alimentos y Bebidas, y a la vez, también establecerá una cultura organizacional que será compartida con los colaboradores del establecimiento con el objeto de lograr el crecimiento personal y profesional de cada uno de ellos.

1.2. MARKETING

Se realizó una Investigación de Mercado en cual se utilizó herramientas para conocer la Oferta y la Demanda en el sector en que se planea ubicar el establecimiento, por lo que se determinó que el proyecto es factible para ser ejecutado, ya que la gente está interesada en el producto y servicio próximo a comercializar por TONI'S RIBS AND WINGS.

También se ha definido cual es Entorno Empresarial del restaurante, delimitando una carta básica de proveedores, teniendo en cuenta a nuestras competencias directas e indirectas, estableciendo a qué tipo de clientes estará dirigido el producto y las fuerzas del Macroentorno que pueden ser aprovechadas como oportunidades para el crecimiento empresarial, también para poder afrontar las amenazas o riesgos de manera oportuna y segura.

Para que la marca tenga aceptación y se quede grabada en las mentes de los consumidores se ha fijado formas de identificación de la misma, creando publicidad a través de redes sociales, flyers, tarjetas de presentación, etc. Teniendo en cuenta las tendencias que vuelvan al producto más llamativo hacia el cliente.

1.3. ADMINISTRACIÓN, PRODUCCIÓN O SERVICIO

Respecto a los productos que se ofrecerán en el establecimiento, se han fijado políticas de precios pensando en la situación socio-económica en el entorno donde se va desarrollar el proyecto, lo cual ha permitido instaurar el target de los futuros consumidores de TONI'S RIBS AND WINGS.

El establecimiento funcionará con un número de empleados apropiado a las instalaciones del mismo, los cuales serán divididos en las diferentes áreas del negocio, las cuales serán cocina, servicio y barra, divididas adecuadamente, ya que los trabajadores tendrán actividades específicas en cada área, lo que desencadenará una armonía de trabajo que permita al cliente sentirse satisfecho con los productos y servicios que se ofrecerá en TONI'S RIBS AND WINGS.

De igual manera, una forma de atraer clientes es la creación y fijación de promociones sobre los productos próximos a ofrecer, por lo que en el establecimiento se pondrá en práctica esta estrategia de marketing, pero sin dejar de lado, la sostenibilidad del establecimiento, es decir, no afectando su economía

1.4. CONTABILIDAD Y FINANZAS

Respecto a las finanzas, en el futuro establecimiento se ha fijado la inversión total de los equipos, utensilios, inmuebles y gastos varios necesarios para la creación del restaurante, esto amplió la visión económica sobre lo que podría representar el proyecto desde el momento en que se ejecute a 5 años y mediante la estandarización de los platos que se va vender para poder realizar un cálculo de ventas a lo largo de ese periodo de tiempo.

Esta planificación económica ayudó a sentar las bases de cómo se deberá manejar la producción y el servicio de los platos a ofrecer, analizando el rendimiento mínimo del restaurante que prevea el pago de los futuros haberes y pagos de inversión de TONI'S RIBS AND WINGS y el porcentaje de utilidad que se obtendrá de las ventas, la cual será reinvertida en el establecimiento.

CAPITULO 2

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2. 1. NOMBRE DE LA EMPRESA

TONI'S RIBS AND WINGS, llevará su nombre en honor a su fundador Anthony Galarza Salazar un estudiante de la carrera de gastronomía apasionado por la cocina y por la comida rápida, es por eso que el negocio hace referencia al mismo.

2.1.2. LOGO Y ESLOGAN

Para la creación del logo del establecimiento, se ha analizado lo que representan los colores y como estos estimulan psicológicamente al futuro consumidor, por lo que se ha decido poner de fondo al color blanco lo que significa pureza, simplicidad, limpieza e higiene.

Para el logo se ha utilizado una parrilla con cubiertos encima y estos pintados de color rojo lo que representa al fuego, poder y actividad; un tipo de letra sofisticado, contrastando con su color al fondo oscuro. Y finalmente se utilizó un fondo moderno de color negro, lo cual representa poderío, lujo y sofisticación.

Al momento de realizar el Eslogan del restaurante, se ha hecho énfasis en lo que representa el establecimiento para el propietario y en el impacto que tendrá sus productos y servicios en el futuro cliente. A continuación, se puede observar el logo y el eslogan de TONI'S RIBS AND WINGS.

Imagen 1 Logo y Eslogan



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

2.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

TONI'S será un establecimiento de producción y comercialización de alimentos y bebidas, especialmente de comida rápida y bebidas soft, de moderación y alcohólicas. Ubicado en el en el Sur de Quito, específicamente en el sector de Solanda.

La idea de un negocio que permita satisfacer la necesidad de comer y al mismo tiempo de pasar un momento agradable entre amigos y familia, nace de la iniciativa de su fundador, Anthony Galarza, que, agotado de apreciar este tipo de alimentos en varios negocios en el sur de la ciudad, en su mayoría deficientes, decide crear la marca TONI'S.

Una empresa que vencería los estereotipos de la comida rápida, es decir, algo que no trascienda, solo por el simple hecho de no ser de alta gama, o que su servicio sea mediocre, solo por no estar ubicado en una de las zonas con mayor estatus económico de la ciudad.

Es así, que después de una carrera de estudios gastronómicos y saberes complementarios a la rama, se resuelve poner en marcha un restaurante que en esencia sea considerado de comida rápida, pero que, al adentrarse en él mismo, sea de agrado para todas

las personas y futuros comensales, y que, al ingresar, se sientan cómodos, seguros y completamente satisfechos con la experiencia gastronómica de la cual serán parte.

2.3. TIPO DE EMPRESA

Basándose en la cantidad de propietarios que posee la empresa TONI'S RIBS AND WINGS, se ha definido que es una Microempresa Unipersonal, esto quiere decir que es un emprendimiento empresarial que puede ser realizado de forma individual como persona natural, en este caso por el autor de este Plan Negocio.

Esta no posee personería jurídica, por lo cual el titular de la empresa responde personal e ilimitadamente por las obligaciones de la misma, ya sean legales, administrativas u operativas.

Desde otra clasificación, este negocio también podría ser considerado como una Microempresa Productiva, esto significa que transformará la materia prima en productos ya elaborados y listos para el consumo humano, esto también entra en el sector terciario de empresas establecidas en el país la cual es de SERVICIO. (De Zuani Rafael Elio, 2003, p:82).

2.4. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Para clasificar el tamaño del negocio o en este caso de la empresa, se ha visualizado la cantidad de personal que se va a necesitar para una eficiente ejecución de todos los procesos de producción y/o comercialización. Estos procedimientos deben contar de principio a fin con una cantidad de mano de obra óptima para evitar inconvenientes a la interna de la empresa.

Por lo tanto, se considera que la empresa tiene el tamaño de una Microempresa, ya que tendrá un personal en nómina de hasta máximo 10 trabajadores. (INEC. 2016)

Es indiscutible que dependiendo de las necesidades que vaya adquiriendo la empresa a futuro, se vaya considerando agrandar el número de trabajadores, lo cual desencadenaría que pasara a llamarse una Pequeña empresa, la cual en teoría cuenta con una plantilla de 11 hasta 49 empleados.

Esquema 1 Tipos de Empresa

Variables de clasificación: Tamaño de empresa
Tamaño de empresas:
 Se define de acuerdo con el volumen de ventas anual (V) y el número de personas ocupadas (P).

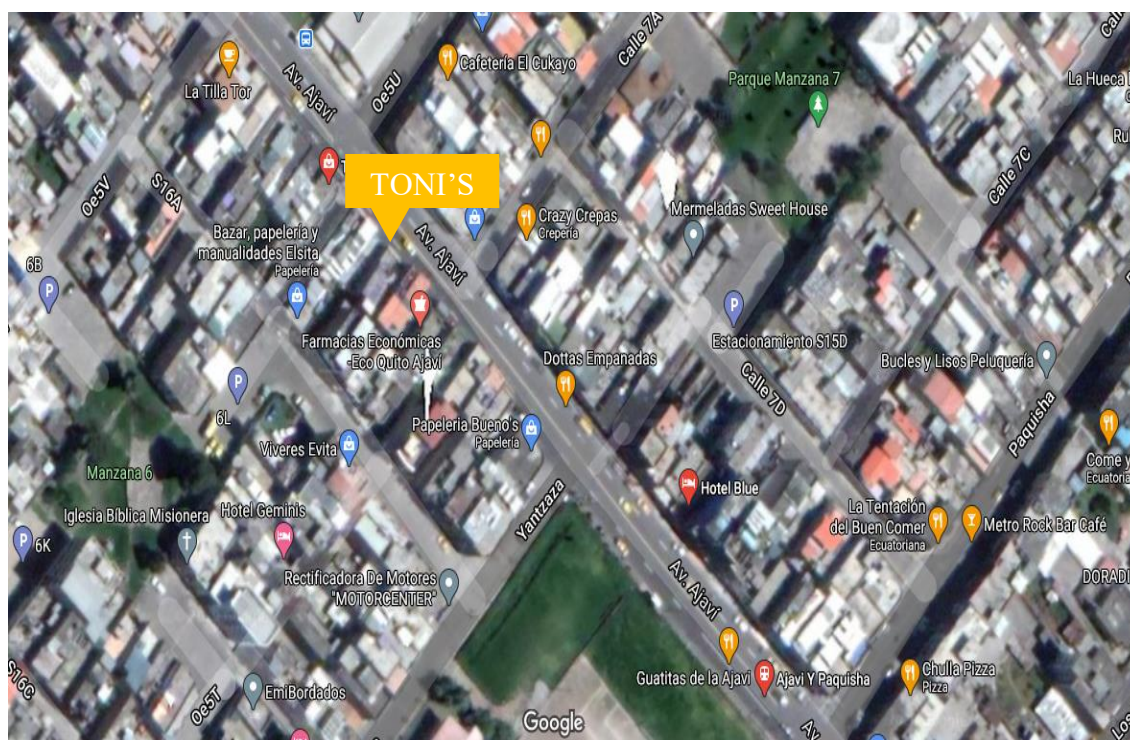
Grande:	• V: \$5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
Mediana "B":	• V: \$2'000.001 a \$5'000.000. P: 100 a 199.
Mediana "A"	• V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99.
Pequeña:	• V: \$ \$100.001 a \$1'000.000. P: 10 a 49
Microempresa:	• V: < a \$100.000. P: 1 a 9.

Fuente: INEC. (2018). Directorio de Empresas y Establecimientos.

2.5. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

TONI'S RIBS AND WINGS estará ubicada en la avenida Ajaví, desde la Av. Mariscal Sucre hasta la Calle Paquisha, en el sector de Solanda, en el sur de Quito. Este sector se caracteriza por la gran cantidad de negocios de todo tipo, desde pequeños puestos de comida hasta Hoteles y Hostales, por lo que se ha convertido en estos últimos años en una zona muy comercial.

Imagen 2 Avenida Ajaví



Fuente: Google Maps. (2020). Sector Solanda. Recuperado de: <https://www.google.es/>

2.6. FILOSOFÍA EMPRESARIAL

La idea de empezar la Microempresa TONI'S RIBS AND WINGS, nace a partir de una realidad nacional que a diario se dificulta; para los ciudadanos en general, conseguir un empleo estable es muy complicado, ya que las empresas no aseguran una estabilidad laboral, por lo que aperturar un establecimiento de alimentos y bebidas abre un panorama en el cual se pasa de ser operativos en busca de crecimiento personal a emprendedores que le abren la puerta a personas necesitadas de un empleo digno y talvez, en un futuro, a convertirse en empresarios.

Se tiene muy claro lo que TONI'S desea lograr, esto es el desarrollo profesional, intelectual, físico, espiritual, comunitario, social y cultural de cada uno de los involucrados en las actividades del negocio, esto a futuro asegurará una armonía de trabajo en todas las áreas del mismo, concientizando al personal operativo y administrativo lo que se quiere

alcanzar dentro de la empresa y sus vidas mismas. (Alberto Espinosa, 2009, <https://www.dinero.com/>).

Todo esto se alcanza con trabajo y dedicación, por lo que la filosofía empresarial de la marca TONI'S, se basa en cumplir de a poco, pero de una forma estable, todos los objetivos planteados desde un inicio, y la vez, en no olvidarse de lo que se podría visualizar a corto (6 meses), mediano (1 año) y largo plazo (2 a 3 años), de las funciones y cargos que se debe cumplir a la interna del negocio para asegurar eficacia y eficiencia.

2.6.1. MISIÓN

TONI'S RIBS AND WINGS es una empresa dedicada a ofrecer alimentos de óptima calidad basados en productos y estándares que cumplan con las normas de higiene satisfactorias para elaborar platillos de excelente calidad y ofrecer un servicio de alto nivel al consumidor lo que al mismo tiempo efectuará una cadena de valor bien consolidada entre todos los involucrados en las actividades del restaurante.

2.6.2. VISIÓN

Posicionarlo como un establecimiento reconocido a nivel local que ofrezca productos alimenticios de buena calidad, a precios accesibles, con un excelente servicio y a la vez, generar el ambiente idóneo para hacer de la visita de los comensales una valiosa experiencia gastronómica.

2.6.3. METAS

Alcanzar un gran posicionamiento en el mercado de la venta de alimentos y bebidas a corto o mediano plazo. En el mismo lapso de tiempo, llegar a más consumidores con el fin de continuar ofreciendo productos de calidad en un negocio ambientado a las necesidades del cliente.

2.6.4. ESTRATEGIAS

Se ha definido claramente cómo llegar al consumidor en un mundo actualmente consumista, por lo que se utilizará marketing digital posicionando al restaurante en las distintas redes sociales de primer orden, promocionando impulsos acordes a la realidad económica del restaurante y micro eventos gastronómicos dentro del restaurante para captar la atención de nuevos y potenciales clientes.

2.7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

Al momento de emprender un establecimiento de alimentos y bebidas, se debe verificar cada paso de todo el proceso en el cual se va a llevar a cabo la ejecución del negocio, este es bien llamado Estrategia Empresarial, la misma evitará que en el transcurso de estos pasos a seguir se cometan equivocaciones que afecten en el futuro éxito de la empresa, y a la vez, nos ayudará a hacer un mejor uso de los bienes materiales, las finanzas, la mano de obra, proveedores, instalaciones, etc. (ColorMake, 2017, <https://colormake.com/>).

TONI'S ^{RIBS AND WINGS}, al ser una Microempresa, se considera que la planificación de cada detalle influirá en el éxito o fracaso del establecimiento por lo que dejar cabos sueltos no está en los planes de los involucrados en el negocio, por lo tanto, se contará con profesionales en el área de Derecho Empresarial para el asesoramiento de todo lo que incluye el marco legal de la empresa.

Respecto a la organización administrativa, el titular del negocio puede contar con un equipo de personal capacitado en el área administrativa que garanticen un correcto manejo de todo lo que esta parte del establecimiento compone, al momento de efectuar la actividad financiera y de talento humano.

Una de las partes finales, pero no menos importantes es contar con una lista de proveedores de materia prima, insumos de primera necesidad o distribuidores de bebidas, los cuales cuenten con permisos para laborar en ese ámbito y nos garanticen productos de calidad, para así nosotros poder completar la cadena de valor que va desde el proveedor al consumidor (comensal).

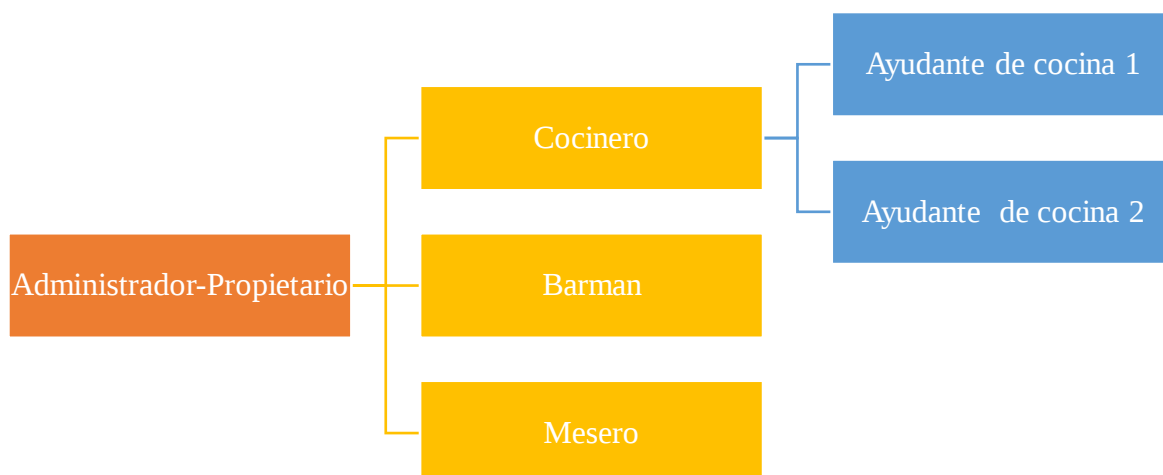
Ya sea desde el nacimiento, desarrollo o posicionamiento del establecimiento, es necesario contar con una herramienta de gran importancia que nos ayude en la toma de decisiones en lo que respecta a la parte administrativa del establecimiento.

Esta herramienta es el análisis FODA, el cual describe factores internos de la empresa como Fortalezas y Debilidades; y factores externos como Oportunidades y Amenazas. Con esto presente se puede llegar a varias conclusiones en lo que respecta al giro del negocio, lo cual es una ventaja competitiva en la industria de alimentos y bebidas actual, en el presente proyecto se analizará solamente las amenazas y las oportunidades que nos podrían presentar

2.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Según el estudio de factibilidad que se le ha dado a este giro de negocio se ha diseñado un mapa jerárquico, en donde se indica como estará organizada la cadena de mando que se planea implementar en TONI'S RIBS AND WINGS, la cual va desde el personal administrativo hasta el personal operativo.

Esquema 2 Mapa Organizacional



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

2.9. CAPITAL HUMANO REQUERIDO

Para la contratación del personal de TONI'S ^{RIBS AND WINGS}, se necesitará de un equipo de trabajo que cumpla con las siguientes características, las cuales se detallan a continuación en un cuadro esquemático.

Tabla 1 Capital Humano Requerido

Personal	Experiencia Mínima	Estudios Mínimos	Disponibilidad	Jornada Laboral	Horarios Turnos
Administrador-Propietario	2 años	Administración Gastronómicos	Inmediata	Tiempo Completo	Fijos
Cocinero	2 años	Gastronómicos o afines	Inmediata	Tiempo Completo	Fijos
Ayudantes de Cocina	3 meses	Gastronómicos o afines	Inmediata	Tiempo Completo	Fijos
Barman	1 año	Gastronómicos o en Mixología	Inmediata	Tiempo Completo	Fijos

Mesero	6 meses	Gastronómicos o afines	Inmediata	Tiempo Completo	Fijos
--------	---------	---------------------------	-----------	--------------------	-------

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

2.10. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL PUESTO

Respecto al giro negocio que se piensa realizar en esta Microempresa, se ha definido las funciones a cumplir de la mano de obra requerida para cada una de las áreas, éstas estarán detalladas en un contrato de trabajo las cuales serán remuneradas con un sueldo fijo que queden de acuerdo el empleador y los empleados.

Tabla 2 Funciones del Personal

Personal	Funciones
Jefe de Cocina	➤ Planificar, organizar y ejecutar todas las acciones necesarias para una eficiente producción y elaboración de los platos y bebidas a ofrecer. ➤ Verificar que el área de trabajo de la cocina se mantenga en óptimas condiciones para trabajar.
Barman	➤ Planificar, organizar y ejecutar todas las acciones necesarias para una eficiente elaboración de las bebidas que oferte el negocio. ➤ Encargarse de la limpieza de su área de trabajo.
Administrador-Propietario	➤ Encargarse de la parte administrativa del negocio, atendiendo a las necesidades de sus empleados para un buen desempeño en sus funciones. ➤ Verificar que todo esté en perfecto estado antes, durante y después del servicio. ➤ Asegurarse que la estadía de los comensales dentro del restaurante sea confortable ➤ Colaborar con la organización y ejecución de todas las acciones necesarias para un excelente desempeño en el área del servicio al cliente en mesa.

Ayudantes de cocina	➤ Colaborar con la producción y elaboración de los platos y bebidas a ofrecer en el restaurante. ➤ Asistir con la limpieza de las áreas de trabajo.
Mesero	➤ Colaborar con la organización y ejecución de todas las acciones necesarias para un excelente desempeño en el área del servicio al cliente en mesa. ➤ Asistir con la limpieza de las áreas de trabajo.

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

CAPÍTULO 3

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1. OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

Captar la atención del público en general para una óptima venta de la marca TONI'S mediante estrategias de marketing acorde a la realidad socio-económica del potencial mercado al que van dirigidos sus productos y servicios.

Identificar cuáles son las nuevas tendencias en necesidades y deseos de los clientes de este tipo de mercado para a futuro saberlas satisfacer de manera eficaz mediante técnicas e instrumentos de investigación.

Captación y fidelización de nuevos clientes para la intromisión en nuevos segmentos de mercado que ayuden al crecimiento económico del establecimiento mediante la correcta distribución del producto y servicio.

3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

“Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo”. (Centro de Estudios Financieros, 2020, <https://www.marketing-xxi.com/>).

Basándose en esta definición, se entiende que la correcta investigación de mercado es una parte fundamental en la creación de cualquier tipo de empresa dedicada a venta de productos y/o servicios, en este caso de un establecimiento de alimentos y bebidas de especialidad ubicado en el sector de Solanda al sur de Quito.

Es por eso que, en lo que respecta a la recolección de información sobre las necesidades y deseos de potenciales clientes, se han delimitado dos factores fundamentales que ayudarán a tener una idea más amplia de lo que existe actualmente en el mercado de alimentos y bebidas; y lo que realmente la gente apetece de consumir en el sector antes mencionado, estos factores son la Oferta y la Demanda.

3.2.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA OFERTA Y DEMANDA DE MERCADO

Existen algunas técnicas destinada a la recolección de información al momento de realizar un estudio de mercado. En este caso se utilizará dos de ellas, una para determinar la oferta existente del producto, esta será la técnica de observación y la otra restante para establecer la demanda que existe sobre el mismo, la cual será la técnica de encuesta.

Según Kojima (20139, La técnica de observación es “una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación”.

Por lo tanto, esta técnica será usada en la comprobación sobre la existencia de establecimientos que ofrezcan el mismo producto (estrella) que se planea vender en TONI'S RIBS AND WINGS o productos similares, los cuales son conocidos como competencias.

Las competencias generalmente se clasifican en dos: competencias directas e indirectas; a la primera se les conoce comúnmente por ofrecer el mismo producto o servicio, en este caso ‘Alitas y Costillas BBQ’ y a la segunda se la conoce por ofrecer productos que satisfagan la necesidad de comer y no sean necesariamente similares a las antes mencionadas.

En lo que respecta a la segunda técnica futuramente utilizada, de igual manera Kojima (2013) explica que “consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas de las cuales se desea obtener la información necesaria para la investigación”.

Por lo tanto, esta técnica será utilizada para medir el grado de aceptación que tendrá nuestro producto y servirá de indicador para conocer al tipo de mercado al que irá dirigido. Esta técnica será llevada a cabo utilizando un instrumento conocido como Cuestionario Escrito, el cual estará compuesto por una serie de preguntas concretas a las personas que serán encuestadas. El modelo de encuesta es el siguiente.

ENCUESTA A CONSUMIDORES

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de los comensales en el sector de Solanda.

Nombre: _____

Edad: _____

INDICACIONES: Marque con una x la/s respuesta/s que sean de su elección

1. ¿A cuál de estos establecimientos acude con mayor frecuencia?

Restaurante ☐ Cafetería ☐ Bar ☐ Comida rápida ☐ Otro _____

2. ¿Cuál es el horario que usted prefiere para acudir?

15:00 – 17:00 ☐ 17:00 – 19:00 ☐ 19:00 – 21:00 ☐ 21:00 – 23:00 ☐

Otro Horario _____

3. ¿Cuál es el aspecto preferido para usted en un establecimiento de alimentos?

Decoración ☐ Música ☐ Variedad Alimentos ☐

Tranquilidad ☐ Precio ☐ Higiene y salubridad ☐

4. ¿Qué tipo de alimentos son de su preferencia?

Comida Rápida ☐ Asados ☐ Postres ☐ Platos a la Carta ☐

Otros platos.....

5. ¿Conoce algún negocio especializado en la utilización de salsa BBQ y similares acompañando otros alimentos?

SI ☐ NO ☐

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentarse y distraerse en un ambiente diferente?

\$ 3 – 5 ☐ \$ 5 – 7 ☐ \$ 7 – 9 ☐ \$ 9 – 11 ☐

☐

7. ¿Le atrae la propuesta de un restaurante especializado en salsas BBQ y comida asada?

Sí ☐

No ☐

3.2.2. OFERTA

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define a la **oferta** como "la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta".

Mediante un estudio de la oferta que tienen los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de La Ajaví en Solanda al sur de Quito, se consiguió determinar que existen competencias directa e indirectas, esto de detalla a continuación:

Tabla 3 Sustitutos

Sustitutos		
Empresa	Ubicación	Productos
Maxi Pollo	Av. Ajaví y Pasaje A. Quito 170148	Pollos a la Brasa
La Choza Restaurante	Av. Mariscal Sucre y Av. Ajaví. Quito 170148	Encebollados, ceviches, menstras, maitos, etc.
Pincho Loco Manabita 2	Av. Ajaví 125 y Av. Mariscal Sucre. Quito 170148	Pinchos, menstras y carne asada.
Jonas Burger	Av. Ajaví y Calle Oe6. Quito 170148	Salchipapas, hamburguesas, etc.
Comedor Barahona	Av. Ajaví y Calle Oe5x. Quito 170148	Almuerzos y comida típica.
Los Agachaditos de Renato	Av. Ajaví Oe5-635 y Calle Huigra. Quito 170148	Comida típica.
Cevichería El Barco Marinero	Av. Ajaví Oe5-51 y Calle Huigra. Quito 170148	Ceviches, comida costeña y platos a la carta.
Restaurante La Puerta de Oro de Manabí	Calle Huigra Oe6C y Av. Ajaví, Quito	Comida costeña, comida típica y platos a la carta.

La Caseta del Compa	Av. Ajaví y Calle Huigra. Quito	Almuerzos, desayunos, comida típica, carnes asadas
Don Jimmy's Marisquería	Av. Ajaví y Calle Huigra. Quito 170148	Comida costeña.
El Paraíso del Encebollado	Av. Ajaví 125 y Calle Oe5U. Quito 170148	Comida costeña
La Tentación del Buen Comer	Calle Paquisha S15-150 y Av. Ajaví. Quito 170148	Almuerzos, encebollados, etc.
D' Carlitos	Calle Paquisha S15-141 y Av. Ajaví. Quito 170148	Comida manaba
Dr. Pizza "La Mejor Receta"	Calle Paquisha S15-190 y Av. Ajaví. Quito 170148	Pizza
Las Pizzas De La Ajaví	Av. Ajaví Oe5-228 y Calle Los Encuentros. Quito 170148	Pizza
Carnes de Adán	Calle Océano Atlántico y Av. Ajaví. Quito 170148	Carnes asadas

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 4 Competencias

Competencias		
Empresa	Ubicación	Productos
Beef Time	Calle Sozoranga S15-128 y Av. Ajaví Quito	Costillas, Alitas, cortes seleccionados, comida rápida, etc.
Chorigol Ajaví	Av. Ajaví 125 y Calle Sozoranga. Quito 170148	Costillas, Alitas, cortes seleccionados, carnes asadas, etc.
Smoked Rock Grill	Av. Ajaví y Serapio Japerabi. Quito 170148	Costillas, Alitas, cortes seleccionados, carnes asadas, etc.

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Después de realizar la recolección de las competencias directas e indirectas en el sector antes mencionado, se concluye que existe una gran variedad de sustitutos en el sector, pero la mayoría trabajan en horarios que no se les podría considerar competencias, ya que sus horarios de atención son por lo general hasta las 4 de la tarde.

Y al respecto de las competencias directas, se ha verificado que existe un número relativamente pequeño en el sector y lo más llamativo es que estos tres establecimientos están situados en la misma cuadra.

Por lo tanto, es viable posicionar a TONI'S ^{RIBS AND WINGS}, en el sector de la Avenida Ajaví, desde la Avenida Mariscal Sucre hasta la Calle Paquisha, en donde no existe una competencia directa en los horarios en que se planifica trabajar.

3.2.3 DEMANDA

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente definición de **demanda**: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".

Mediante un estudio de la demanda utilizando la técnica de la encuesta, en el sector de La Ajaví en Solanda al sur de Quito sobre el producto próximo a ofrecerse, se ha utilizado una fórmula que nos ayudara a delimitar la población del sector para poder realizar las encuestas, pero, que no influya en gran medida en nuestros resultados, esta fórmula es la siguiente:

Tabla 5 Formula de la Muestra

FÓRMULA DE LA MUESTRA CON POBLACIÓN						
POBLACIÓN	$n = \frac{(Z)^2 * P * Q * N}{(e)^2 (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$					
	N = 500					
	$n = \frac{3,8416}{0,0025} \quad 0,5 \quad 0,5 \quad 500$					
	499 3,84 0,5 0,5					
MUESTRA REAL	$n = \frac{480}{1,2475 + 0,9604}$					
	n = 217					
	PARA ENCUESTAR					

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

3.2.4. ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Las encuestas se han realizado en el sector que se plantea ubicar al establecimiento a personas de entre 16 y 55 años y los resultados que nos han arrojado sus respuestas han sido los siguientes:

Pregunta 1

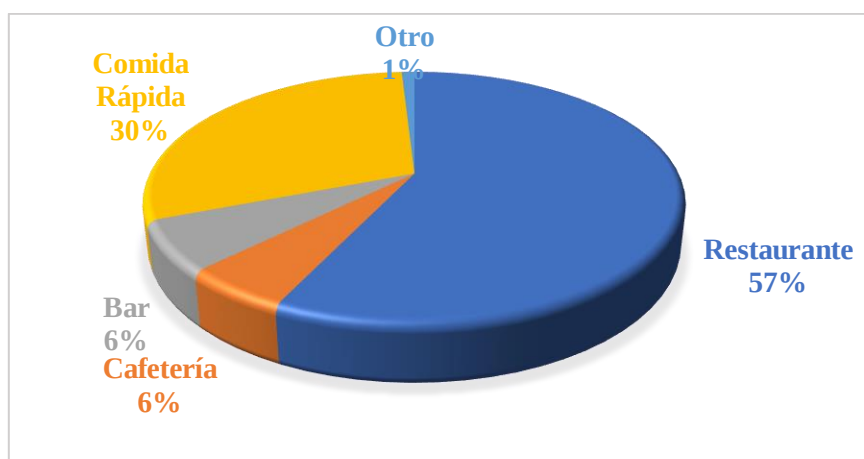
¿A cuál de estos establecimientos acude con mayor frecuencia?

Tabla 6 Opciones Pregunta 1 Encuesta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante	124	57
Cafetería	12	6
Bar	14	6
Comida Rápida	65	30
Otro	2	1
Total	217	100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Forma 1 Resultados Pregunta 1 Encuesta



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Análisis y Conclusión: Gran parte de los encuestados HA afirmado que visitan con más frecuencia un restaurante, sin embargo, otra parte de los mismos visita seguidamente establecimientos de comida rápida, por lo tanto, se concluye que TONI'S RIBS AND WINGS, puede funcionar potencialmente como un restaurante que también ofrezca platos de comida rápida.

Pregunta 2

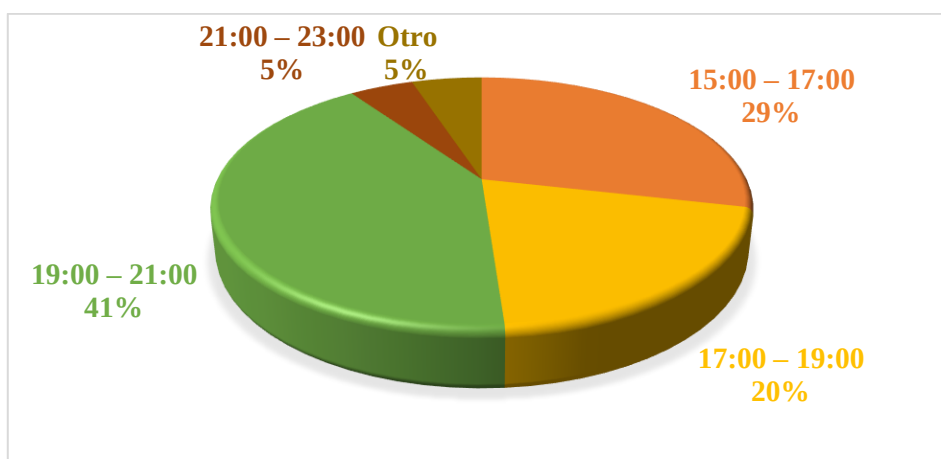
¿Cuál es el horario que usted prefiere para acudir?

Tabla 7 Opciones Pregunta 2 Encuesta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
15:00 – 17:00	62	29
17:00 – 19:00	44	20
19:00 – 21:00	90	41
21:00 – 23:00	10	5
Otro	11	5
Total	217	100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Forma 2 Resultados Pregunta 2 Encuesta



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Análisis y Conclusión: La mayoría de los encuestados ha asegurado que los horarios para acudir a los establecimientos de su preferencia de la pregunta anterior, es de 19:00 a 21:00, aun así, otra gran parte de los mismos, afirma que también lo hacen en un rango de horarios de 15:00 a 17:00, por lo que, en el futuro establecimiento se podría abrir desde las 15:00 hasta las 21:00 o hasta más tardar las 22:00.

Pregunta 3

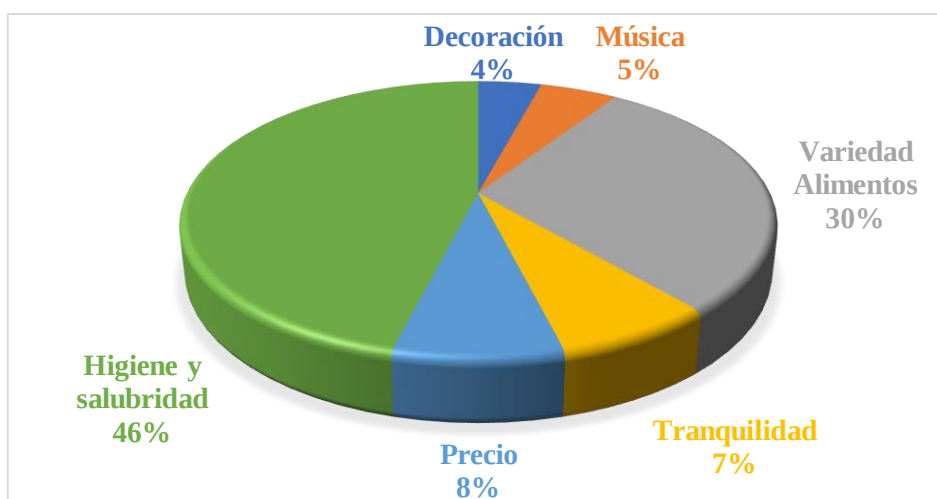
¿Cuál es el aspecto preferido para usted en un establecimiento de alimentos?

Tabla 8 Opciones Pregunta 3 Encuesta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Decoración	9	4
Música	11	5
Variedad Alimentos	64	29
Tranquilidad	16	7
Precio	17	8
Higiene y salubridad	100	46
Total	217	100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Forma 3 Resultados Pregunta 3 Encuesta



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Análisis y Conclusión: La mayoría de los encuestados ha confirmado que el aspecto preferido en un establecimiento de comida es la higiene y la salubridad, pero, también otra gran parte de los mismos, afirma que también prefiere variedad de alimentos en la carta, en consecuencia, en la Microempresa se tendrá muy en cuenta este par de aspectos para que futuros clientes se sientan satisfechos y experimenten un servicio de calidad.

Pregunta 4

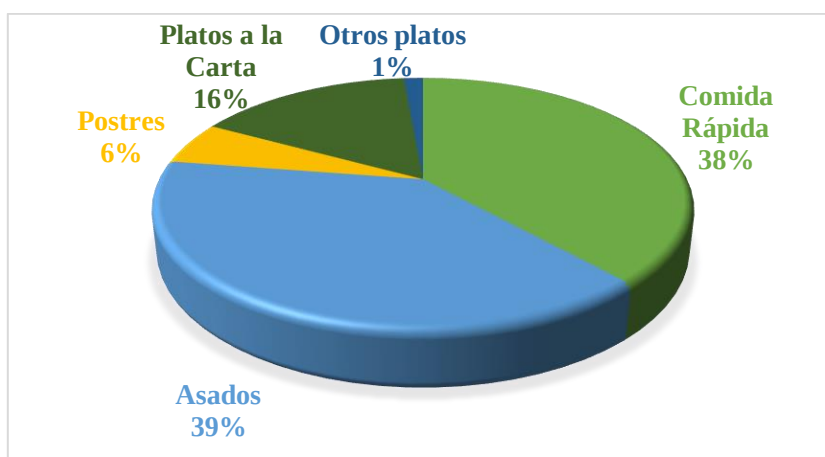
¿Qué tipo de alimentos son de su preferencia?

Tabla 9 Opciones Pregunta 4 Encuesta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Comida Rápida	83	38
Asados	85	39
Postres	12	6
Platos a la Carta	34	16
Otros platos	3	1
Total	217	100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Forma 4 Resultados Pregunta 4 Encuesta



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Análisis y Conclusión: La mayoría de los encuestados asegura que los asados son los alimentos de su preferencia cuando asiste a un establecimiento de alimentos y bebidas, pero, como ya se evidenció en el análisis de la pregunta 1, otra gran parte de esta población prefiere los platos de comida rápida, por lo que se concluye que el Plan de Negocio es viable, ya que se ofrecerá alimentos asados y de comida rápida.

Pregunta 5

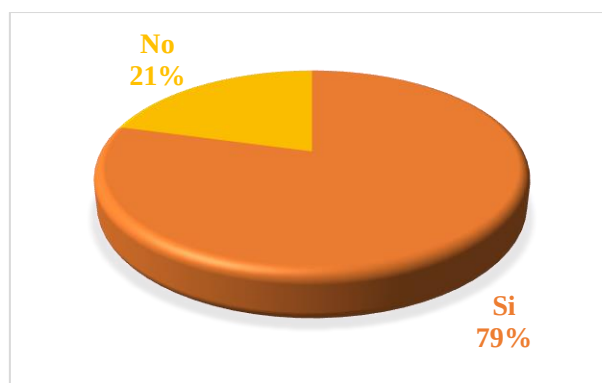
¿Conoce algún negocio especializado en la utilización de salsa BBQ y similares acompañando otros alimentos?

Tabla 10 Opciones Pregunta 5 Encuesta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	172	79
No	45	21
Total	217	100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Forma 5 Resultados Pregunta 5 Encuesta



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Análisis y Conclusión: La mayoría de los encuestados afirma conocer algún negocio especializado en la utilización de salsa BBQ y similares, por lo que, para TONI'S RIBS AND WINGS, no sería una dificultad llegar a los potenciales consumidores ya que el establecimiento tendrá como especialidad el servicio de este tipo de alimentos.

Pregunta 6

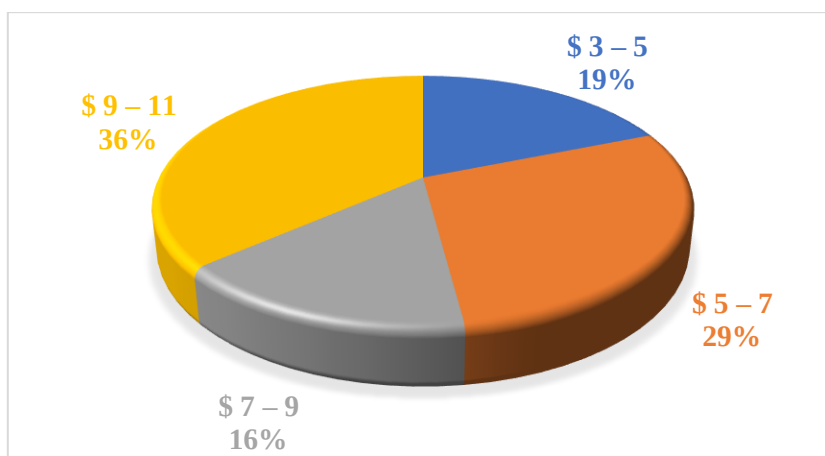
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentarse y distraerse en un ambiente diferente?

Tabla 11 Opciones Pregunta 6 Encuesta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$ 3 – 5	41	19
\$ 5 – 7	63	29
\$ 7 – 9	34	16
\$ 9 – 11	79	36
Total	217	100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Forma 6 Resultados Pregunta 6 Encuesta



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Análisis y Conclusión: La mayoría de los encuestados afirma que pagaría por alimentarse en este tipo de establecimientos por un precio de 9 a 11 dólares, a pesar de ello, el resto de los encuestados desearía poder adquirir esta experiencia por un rango de precios de 3 a 9, de modo que, en el establecimiento se ofrecerá una variedad de platos a costos accesibles a los consumidores.

Pregunta 7

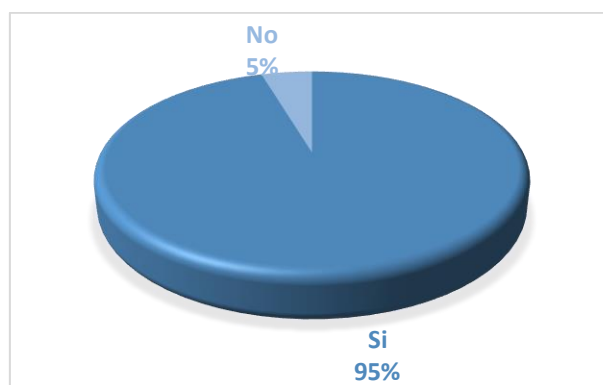
¿Le atrae la propuesta de un restaurante especializado en salsas BBQ y comida asada?

Tabla 12 Opciones Pregunta 7 Encuesta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	207	95
No	10	5
Total	217	100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Forma 7 Resultados Pregunta 7 Encuesta



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Análisis y Conclusión: La mayoría de los encuestados afirma estar interesado en la apertura de un restaurante nuevo especializado en salsas BBQ y comida asada, por lo que el establecimiento tendría aceptación para ser visitado por los futuros clientes que estén atraídos por este tipo de comida.

En un **Análisis General**, se puede concluir que **TONI'S RIBS AND WINGS**, tendría gran aceptación por futuros consumidores, por el tipo de comida que se va a ofrecer, el target para clase media a media alta y por el rango de horarios en que se va a ofrecer sus servicios. Por lo tanto, **el proyecto es factible en el ámbito de la Demanda.**

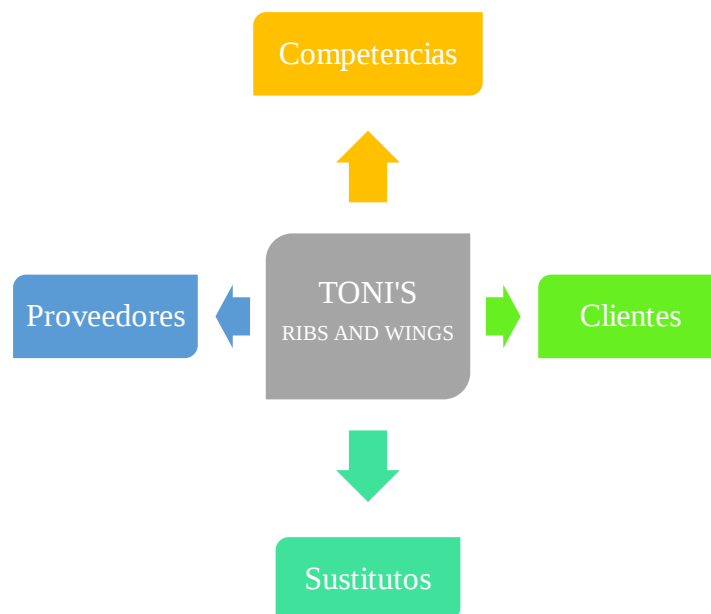
3.3. ENTORNO EMPRESARIAL

3.3.1. MICROENTORNO

“El microentorno se utiliza para definir a aquellas fuerzas externas y cercanas a la empresa, que tienen un impacto directo en su capacidad de servir su producto o servicio al cliente final”. (Ranís, A. 2017, <https://economipedia.com/>).

En TONI'S RIBS AND WINGS se ha establecido una estructura sobre lo que comprende el microentorno de la empresa y como se desarrolla cada elemento, estas se presentan a continuación:

Esquema 3 Microentorno



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 13 Proveedores

Proveedores		
Tipo de Alimento	Proveedor	Producto(s)
Percibles	Megamaxi	Cortes seleccionados
	WagyuRibs on House	Cortes de especialidad
	Mercado La Magdalena	Frutas, vegetales y hierbas aromáticas
	Mercado Mayorista	Frutas, vegetales y hierbas aromáticas
	Mercado Chiriyacu	Carnes
No Percibles	Megamaxi	Bebidas y zumos
		Víveres y abarrotes
	Bodegas Mercado Mayorista	Víveres y abarrotes
	Almacenes Espinoza	Plásticos
	Distribuidora Eco1	Licores

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 14 Clientes

Clientes		
Genero	Target	Edad
Masculino y Femenino	Medio → Medio Alto	16 años => 55 años

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

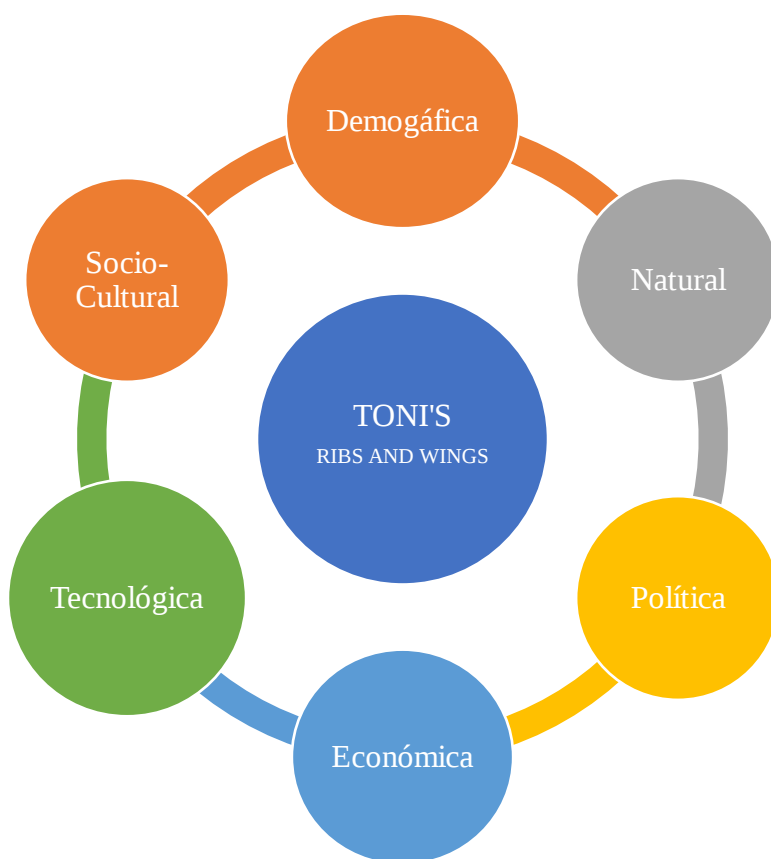
En lo que respecta a las Competencias y Sustitutos, se encuentra especificado en el Tema 2 y Subtema 2 de este mismo capítulo, específicamente en el apartado de la Oferta del Producto en el Sector de la Ajaví, en donde se detalla con más amplitud estos elementos del Microentorno. Véase Cuadros # A y B.

3.3.2. MACROENTORNO

Según la misma autora previamente citada, Ranís, “El macroentorno se emplea para definir aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización, y que existen independientemente de que haya actividad comercial o no”.

Con esta definición, se sobreentiende que la empresa en este caso TONI'S RIBS AND WINGS, no podrá ejercer ningún impacto en el macroentorno y solamente podrá establecer una buena planificación para hacerle frente a las amenazas que se produzcan en el medio y aprovechar las oportunidades que este elemento nos otorgue. El macroentorno en nuestra Microempresa estará compuesto por las siguientes fuerzas:

Esquema 4 Macroentorno



Fuente: Anthony Galarza Salazar

La **Fuerza Demográfica** refiere netamente en los en los aspectos básicos de la población como lo son edad, sexo, movimientos migratorios, tasa de natalidad y afines. En nuestro establecimiento, actualmente el producto próximo a comercializar irá dirigido a adolescentes y adultos, esto atraerá una mayor cantidad de clientes por estar en una **zona comercial y de elevada concurrencia**, y respecto a movimientos migratorios de alto porcentaje en el sector, se concluye que no afectará la actividad del restaurante.

La **Fuerza Natural** refiere principalmente a los impactos naturales sobre la obtención de materia prima. En la actualidad, el país está pasando una emergencia sanitaria que ha detenido parcialmente la comercialización de estos productos, sin embargo, **sigue habiendo abastecimiento de productos** por lo que no influiría negativamente al establecimiento.

La **Fuerza Política** hace hincapié a las leyes, decretos y resoluciones de las legislaciones que rigen en el país, esto aplica también a las políticas monetarias y fiscales. En nuestro restaurante estos elementos impactan directamente en los aspectos legales, por lo que, para constituir el establecimiento se obtendrá los **permisos de funcionamiento necesarios para su labor y se cumplirá con las obligaciones que tiene la empresa con el empleado y con el estado**, esto no altera el Plan de Negocio ya que los factores previamente mencionados actualmente son estables.

La **Fuerza Económica** se conceptualiza como la tendencia relacionada con el poder adquisitivo de las familias, desempleo, inflación, PIB, rentabilidad, etc. Hoy en día, la economía del país no se encuentra del todo bien, por los problemas globales e internos que está pasando actualmente, esto repercute en las finanzas de las familias, por lo que se ha fijado una **política de precios estables y accesibles** para el tipo de clientes al que va dirigido el producto.

La **Fuerza Tecnológica** se basa en las nuevas tecnologías sustituyendo a las viejas, aportando con más oportunidades para el desarrollo empresarial. En TONI'S RIBS AND WINGS, se aprovechará lo mejor posible a esta fuerza en aspectos como legales, mercantiles, laborales y principalmente en el marketing de producto, ya que estas tecnologías **ofrecen interacciones más personalizadas con nuestros clientes internos y externos.**

Y para finalizar, la **Fuerza Socio-Cultural** referencia al estilo de vida, de los valores y las creencias de la sociedad, que dan sentido e identidad. Basándonos en el análisis de encuestas realizados previamente, se puede deducir que **el producto tiene gran aceptación en la población.**

3.4. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

En TONI'S RIBS AND WINGS, se ofrecerá distintos tipos de productos, como son bebidas soft, bebidas alcohólicas, bebidas de moderación, cocteles, hamburguesas, cortes de carne de especialidad, etc. Entre todos los productos antes mencionados, destacan las Alitas de Pollo y las Costillas de Cerdo, ambas acompañadas con salsa BBQ y salsas similares. Estos platos serán en su mayoría preparados con una técnica de cocción directa conocida como A la Parrilla.

Esta técnica caracterizará al plato por su agradable aroma ahumado y porque le dará una mejor textura y consistencia al género cárnico ya mencionado. En lo que respecta al factor diferenciador del restaurante, la salsa BBQ, ya que estará elaborada mediante un proceso de reducción de varias salsas y saborizada con específicas especias, lo cual, al mezclarse con el género cárnico, logrará una gran armonía de sabor.

El resto de productos que formarán parte de la carta de TONI'S RIBS AND WING, estarán bien dirigidas al tipo de cliente al que queremos llegar, como son las bebidas, que, aunque no seamos los productores de las mismas, serán bien seleccionadas para lograr satisfacer las

necesidades del consumidor, éstas serán gaseosas de varios sabores, aguas, cervezas, licores y macerados.

Y en la parte de la coctelería, se ofrecerá cocteles clásicos y contemporáneos, que vayan de acuerdo al giro de negocio que deseamos conseguir y sean del gusto de los posibles consumidores.

Adicionalmente, se ha creado una Receta Estándar de Producción de uno de los dos platos estrellas, el cual detalla el procedimiento para prepararlo y valor nutricional que este posee, a continuación, se la puede observar:

Tabla 15 Receta Estándar de Producción

 Tecnológico Internacional			RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN	
Nombre De La Receta		Costillas BBQ		
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Puntos Críticos de Control	Puntos de Control
350	g	Costilla de Cerdo	-18 - 7 °C	Horneado
150	g	Papa Chola	4 - 18°C	Lavada
20	g	Col	5 - 18°C	Lavada
10	g	Zanahoria	4 - 18°C	Lavada
2	g	Cebollín	4 - 18°C	Lavado
10	g	Mayonesa	5 - 18°C	
60	g	Salsa BBQ	6 - 18°C	
30	ml	Pulpa de Piña	-18 - 7 °C	
10	g	Salsa de Tomate	6 - 18°C	
5	ml	Salsa Inglesa	7 - 18°C	
2	g	Pimienta	7 - 65 °C	
3	g	Sal	8 - 65 °C	
20	g	Aceite	4 - 18°C	No saponificado
20	g	Cebolla Paiteña	4 - 18°C	Lavado y Picado

5	g	Ajo	4 - 18°C	Lavado y Picado
10	g	Mostaza	4 - 18°C	
15	ml	Achiote	4 - 18°C	No saponificado
30	ml	Coca Cola	4 - 18°C	
Procedimiento				
Para la salsa				
1. Mezclas salsa bbq, salsa de tomate, la mitad de mostaza, pulpa de piña, pimienta, sal y coca cola.				
2. Llevar la mezcla a ebullición y reservar.				
Para la costilla				
1. Hacer un condimento, con el ajo, cebolla, mostaza, sal, pimienta y achiote.				
2. Limpiar bien la costilla, condimentar y hornear por 45 minutos a 180 °C.				
3. Terminar la cocción a fuego alto en parrilla al carbón.				
4. Cubrir la costilla con la salsa previamente realizada.				
Para la primera guarnición				
1. Picar las papas y cocinarlo a fritura profunda en aceite.				
2. Saborizar con sal y pimienta.				
Para la segunda guarnición				
1. Rallar la col y zanahoria y mezclar con el cebollón picado				
2. Hidratar con un poco de agua la mayonesa y emulsionar.				
3. Agregar la mayonesa a la primera mezcla y saborizar con sal.				
SERVIR TODO EN UN PLATO PRINCIPAL				

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 16 Valores nutricionales

Valores Nutricionales	
Porción (g)	600
Calorías (kcal)	1292
Hierro (mg)	12,49
Lípidos (g)	133,43
Proteínas (g)	61,62

Carbohidratos (g)	71,69
Colesterol (mg)	278
Sodio (mg)	2471,39
Fibras (g)	9,17

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

3.4.1. PRODUCTO

El producto, en la materia de Marketing, es una de las cuatro P's de esta disciplina, elemento esencial para entender a qué mercado está dirigido el servicio que ofrece la empresa, en este caso un establecimiento de Alimentos y Bebidas.

Este elemento se divide en tres componentes que lo vuelven diferente a los servicios que ofertan las competencias directas e indirectas del sector en donde se ubicará TONI'S RIBS AND WINGS, a continuación, se detalla los componentes del Producto.

Esquema 5 Producto



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

3.5. PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Mediante un estudio de la demanda que se tiene en el sector antes mencionado sobre lo que son los establecimientos de alimentos y bebidas, TONI'S RIBS AND WINGS buscará acaparar la atención de todo el segmento de mercado al que va dirigido y a potenciales futuros clientes con promociones semanales y por supuesto en la apertura del restaurante.

3.5.1. PROMOCIONES

Por lo tanto, se planificará promociones hacia el cliente que popularicen la experiencia de visitar y consumir en el restaurante pero que al mismo tiempo no afecte con el crecimiento económico planificado en el primer año de establecer el negocio.

Una de estas ideas para llamar la atención del cliente es poner en marcha los días miércoles de 17:00 pm a 20:00 pm una promoción de **3x2 en Hamburguesas** de cualquier tipo, acompañada del ya conocido '**Refill**' de bebidas seleccionadas.

Otra idea de gran magnitud es la de los días jueves ofrecer una promoción que consista en que por la compra de un corte seleccionado acompañado de un coctel de la barra se oferte un segundo corte del mismo tipo a mitad de precio.

La infaltable cortesía de la casa a clientes que estén cumpliendo años o aniversario con sus parejas sería de gran ayuda en materia de marketing al introducir la idea al cliente que en TONI'S RIBS AND WINGS nos preocupamos por ofrecer un servicio de calidad en fechas especiales para el consumidor.

Y hoy en día está de moda el conocido All You Can Eat, que consiste en ofrecer al cliente toda la comida que pueda comer por un precio relativamente accesible. Llevando esta

idea a nuestro giro de negocio, se podría poner en marcha también para utilizarla en Alitas de Pollo a la BBQ o a salsas similares y acompañarlas de un Refill de bebidas seleccionadas.

3.5.2. PUBLICIDAD

Las técnicas más utilizadas en la publicidad son el ATL (Above The Line) y BTL (Below The Line).

La publicidad Above the Line, conocida simplemente como ATL, es la que utiliza medios masivos como principales canales de difusión. Debido a ello, implica grandes costos, pero al mismo tiempo, mayor llegada y alcance. Los medios más utilizados son la televisión, la radio, los periódicos, las revistas y los carteles publicitarios.

La publicidad Below The Line utiliza canales más directos para comunicarse con sus potenciales clientes. Estos pueden ser: correos electrónicos, llamadas telefónicas, eventos en el punto de venta, redes sociales, entre otros. A diferencia de la publicidad ATL, los costos del BTL pueden ser significativamente menores. Su principal desventaja es que, al valerse de medios no masivos, limita el alcance de la campaña.

En el caso de TONI'S RIBS AND WINGS, se ha optado por manejar la publicidad BTL, ya que se enfocará en grupos específicos de clientes aplicando un menor costo, usando inicialmente medios de comunicación como publicidad por redes sociales (Instagram y Facebook) o la futura página web empresarial.

También se utilizará el logotipo del establecimiento en tarjetas de presentación, además de mercancías, flyers y afiches, los que se realizarán en imprentas especializadas que minimicen el impacto ambiental de estos materiales.

Imagen 3 Tarjeta de Presentación



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

3.6. DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS

En lo que respecta a la distribución de todos los productos que estén próximos a comercializarse en TONI'S RIBS AND WINGS, la transformación de la materia prima y la elaboración se realizará en la planta procesadora instalada dentro del restaurante conocido como 'Cocina', por lo tanto, la venta se realizará dentro del establecimiento único ubicado en el sector previamente mencionado.

De apertura, no se contará con distribución a domicilio de los productos del restaurante, pero se analizará si es factible a mediano plazo contar con un servicio a domicilio propio o mediante convenios con empresas dedicadas a esta actividad como lo son Uber Eats, Glovo, Rappi, etc.

3.7. FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIOS

Según Balanzino (2017, <https://www.diegocoquillat.com/>) concretar los precios de la carta, también conocido como mark-up, es uno de los momentos más complicados para los hosteleros. En pocas palabras, esta denominación define el precio de venta de un producto o servicio, cubriendo los costes dados por el mismo e integrando un margen de beneficio.

Marketing XXI (2020, <https://www.marketing-xxi.com/>) define el precio como la “estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto y que, traducido a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho producto, atendiendo a la capacidad para satisfacer necesidades”.

En consecuencia, volviendo al ejercicio de la encuesta previamente realizadas y en los resultados obtenidos de la misma, se ha delimitado una fijación de precios estándar en los platos estrellas, platos fuertes y bebidas próximos a comercializar en TONI'S RIBS AND WINGS.

Por lo que en la delimitación del precio de venta al público nos enfocaremos en el rango de 2,00 a 11,50 dólares en platos fuertes como lo son nuestros productos estrellas (Alitas de pollo y Costillas de Cerdo a la BBQ), hamburguesas, cortes seleccionados, etc. Estos valores pueden variar dependiendo si el producto se lo adquiere en combo.

También se ha fijado un rango de precios de bebidas (soft y de moderación) que estén al alcance de los futuros consumidores, este va de 1 a 2,50 dólares y en lo que respecta a los cocteles (alcohólicos y no alcohólicos) el rango va desde 3,00 a 7 dólares.

Y para complementar se ha realizado una receta estándar de costos del 'Plato Estrella' del establecimiento, la cual ha ayudado en la creación de la política de precios; la misma, también ha servido de base para el cálculo de Punto de Equilibrio de Ventas a verse en el Capítulo 6. A continuación se la presenta detalladamente:

Tabla 17 Receta Estándar de Costos

FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN				
Nombre Del Plato: Costillas BBQ			Código: 045-TRW	
Fecha De Actualización: 19 de marzo de 2020			Chef: Anthony Galarza	
Ingrediente	Medida	Costo (Kg)	Cantidad	Total
Costilla de Cerdo	g	6,05	350	2,12
Papa Chola	g	0,66	150	0,10
Col	g	0,85	20	0,02
Zanahoria	g	0,50	10	0,01
Cebollín	g	12,8	2	0,03
Mayonesa	g	4,00	10	0,04
Salsa BBQ	g	2,13	60	0,13
Pulpa de Piña	ml	4,40	30	0,13
Salsa de Tomate	g	4,00	10	0,04
Salsa Inglesa	ml	10,75	5	0,05
Pimienta	g	4,00	2	0,01
Sal	g	0,40	3	0,0012
Aceite	g	3,50	20	0,07
Cebolla Paiteña	g	0,90	20	0,018
Ajo	g	4,00	5	0,02
Mostaza	g	4,00	10	0,04
Achiote	ml	4,00	15	0,06
Coca Cola	ml	1,50	30	0,045
			Total Bruto	2,92
			10 % Imprevisto	0,29
			Costo Neto	3,21
			Gasto De Fabricación 15%	0,48
			Factor Costo 33,33%	1,07
			Mano de Obra. 45%	1,45
			Gastos Administrativos 12%	0,39
			45 % Utilidad	1,45
			Subtotal	8,04
			12 % I.V.A.	0,96
			Total	9,01

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

3.8. RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO

“El mejorar y restaurar los ecosistemas en donde operan las empresas representan tanto riesgos como oportunidades de negocio para las empresas”. (Orozco, 2014, <https://www.expoknews.com/>).

Empezaremos planteando los potenciales riesgos que pueda afrontar la Microempresa a corto o mediano plazo en el espacio en donde se desarrollará, comprendiendo la realidad del futuro restaurante, estos se detallan a continuación:

La regulación y cumplimiento para una correcta constitución empresarial es uno de los riesgos que menos influyen en el posicionamiento y crecimiento del negocio, aun así, es un factor que podría desestabilizar a la empresa por los problemas políticos que atraviesa el país, lo cual influye en la mayoría de los sectores económicos.

La reducción de gastos, es un punto de vital importancia en la toma de decisiones de la parte administrativa de la empresa, ya que, si se desea ver utilidad en la comercialización de los productos en TONI'S RIBS AND WINGS, se debe ajustar los costos de fabricación de los mismos, esto representa un problema nuevamente por la situación económica que atraviesa el país.

La creciente exigencia de responsabilidad social también es un factor que podría ser considerado un riesgo, ya que al momento de adherir a un nuevo empleado a la Microempresa igualmente adquirimos responsabilidades económicas tanto como con el mismo empleado como con el Seguro Social (IESS).

Las presiones sobre los precios al instante de aperturar un restaurante debe ser controlada por el personal administrativo, ya que en consecuencia de la crisis económica que

atraviesa el país podría afectar en el consumo de sus clientes en el restaurante y la presión constante de la competencia por ver quien ofrece ‘platos más económicos’.

Por otro lado, tenemos las oportunidades del negocio que de una u otra forma debemos aprovechar desde la apertura del restaurante y durante el transcurso del mismo con el principal objetivo de estabilizar las finanzas del establecimiento y elevarlas lo mejor posible, estas oportunidades se detallan a continuación:

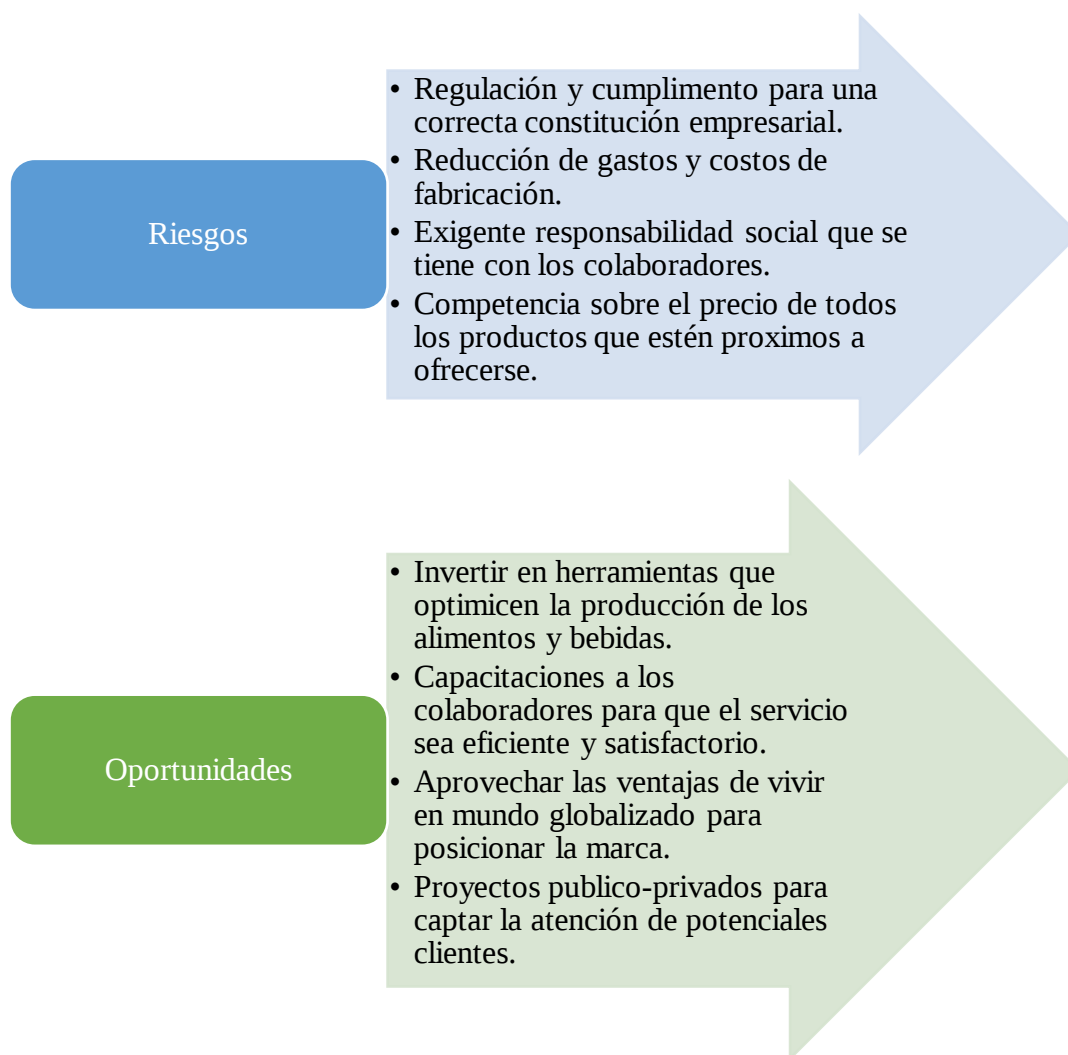
Invertir en procesos, herramientas y formación para mejorar la productividad es una gran oportunidad de negocio para adquirir una ventaja competitiva en los procesos de producción y venta de nuestros productos, este factor podría ser aprovechado cuando hay promociones en el mercado de compra de herramientas y maquinaria; y cuando existen seminarios para mejorar la productividad de un establecimiento, por ejemplo una capacitación de servicio al cliente.

Invertir en tecnología y acoplarse a un mundo globalizado para posicionar una marca es una oportunidad que no se puede pasar por alto, por lo tanto, se tendrá en cuenta la oferta del mercado tecnológico para adquirir equipos que nos ayuden a mejorar el marketing de TONI’S RIBS AND WINGS.

Los proyectos público-privados son una herramienta que posicionarían a TONI’S RIBS AND WINGS como una empresa seria y responsable, esto ayudaría principalmente en dos aspectos, el primero de ellos es en participar en proyectos turísticos gastronómicos que tenga la municipalidad con el objetivo de llamar la atención del turista y el segundo en el ejercicio de las 3 R lo cual sería de gran importancia en el buen manejo ambiental.

A continuación, se presenta un esquema comparativo en donde se puede apreciar de mejor manera a los riesgos y oportunidades del negocio:

Esquema 6 Riesgos y Oportunidades



Fuente: Anthony Galarza Salazar

3..9. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

Realizar el correcto ejercicio de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM's) al momento de manipular todo tipo de alimentos para evitar contaminaciones de cualquier tipo mediante la provisión de herramientas y equipos necesarios para esta actividad.

Poner en práctica el Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (siglas en inglés HACCP) para evitar la descomposición acelerada de alimentos perecibles mediante un buen manejo de temperatura y ambiente.

Elaborar platos de excelente calidad mediante la transformación de la materia prima para ofrecer al consumidor una experiencia gastronómica de alto nivel.

3.10. CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada en TONI'S ^{RIBS AND WINGS} hace referencia a todos los equipos, utensilios e inmuebles que serán utilizados en la cotidianidad del restaurante, a continuación, se detallan cada uno de estos y a que grupo pertenecen.

Tabla 18 Equipos de Computación

Equipos de Computación				
N°	Artefacto	Unidad	Precio Unidad	Precio Total
1	Caja Registradora	1	1300	1300
2	Laptop	1	1000	1000
3	Impresora	1	40	40
4	Televisor	1	500	500
5	Equipo de Sonido	1	200	200
			Total	3040
			Aproximado	3100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 19 Equipos Industriales y de Seguridad

Equipos Industriales y de Seguridad				
N°	Artefacto	Unidad	Precio Unidad	Precio Total
1	Parrilla	1	350	350
2	Cocina con horno	1	330	330
3	Freidora	1	140	140
4	Microondas	1	80	80
5	Licuada	1	55	55
6	Pozo lavaplatos	1	290	290
7	Congelador	1	300	300
8	Refrigerador	1	350	350
9	Mesas de trabajo	2	100	200
10	Campana extractora	2	140	280
11	Tanques de Gas	1	90	90

12	Malla de cabello	12	1	12
13	Guantes para frio	2	10	20
14	Guantes para calor	2	10	20
15	Señalética	20	3	60
16	Extintores	2	80	160
			Total	2737
			Aproximado	2800

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 20 Materiales de Oficina

Materiales de Oficina				
Nº	Artefacto	Unidad	Precio Unidad	Precio Total
1	Libretas	6	1	6
2	Esferos	10	1	10
3	Plástico film	3	10	30
4	Fundas transparentes	18	3	54
5	Papel de recibos	12	2	24
6	Cuaderno	4	1	4
7	Perforadora	3	4	12
8	Grapadora	3	5	15
9	Carpetas	48	1	48
10	Recipientes plásticos	5	5	25
11	Guantes quirúrgicos	12	5	60
			Total	288
			Aproximado	300

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 21 Inmuebles y Enceres

Inmuebles y Enceres				
Nº	Artefacto	Unidad	Precio Unidad	Precio Total
1	Mesas	10	50	500
2	Sillas	50	15	750
3	Salseros	40	1	40
4	Saleros	15	1	15
5	Pimenteros	15	1	15

6	Ajiceros	15	2	30
7	Platos de chimichurri	15	2	30
8	Platos principales	50	5	250
9	Platos de entrada	50	4	200
10	Vasos	50	1	50
11	Copas	30	2	60
12	Cocteleras	1	10	10
13	Cucharilla de bar	1	2	2
14	Jigger	1	1	1
15	Exprimidor	3	3	9
16	Rallador	2	5	10
17	Tamiz	4	5	20
18	Puntilla pico de loro	1	5	5
19	Cuchillos	50	1	50
20	Cucharas	60	1	60
21	Tenedores	60	1	60
22	Limpiones	16	2	32
23	Trapos	10	2	20
24	Pinzas	2	4	8
25	Bowls grandes	5	6	30
26	Bowls medianos	5	5	25
27	Bowls pequeños	10	4	40
28	Brochas	2	2	4
29	Cuchareta	4	3	12
30	Cucharones	4	3	12
31	Espátula	2	4	8
32	Canastas	2	2	4
33	Cuchillo de chef	3	8	24
34	Puntilla	2	3	6
35	Cuchillo fileteador	2	5	10
36	Cuchillo carnicero	1	10	10
37	Pela papas	1	4	4
38	Chaira lisa	1	8	8
39	Gavetas	4	15	60
40	Bandejas	2	10	20
41	Tablas	5	8	40
42	Baldes	2	3	6
43	Recipientes plásticos	5	3	15
44	Armario de limpieza	1	80	80
45	Escobas	4	2	8
46	Trapeadores	4	5	20
47	Mangueras	1	6	6

48	Manteles	5	2	10
49	Guantes	2	2	4
50	Tachos de Basura	2	50	100
51	Mostrador	1	100	100
52	Escritorio	1	80	80
53	Archivador	6	2	12
54	Silla de oficina	1	50	50
55	Pechero	4	15	60
56	Delantal	4	15	60
			Total	3155
			Aproximado	3200

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 22 Materiales de Limpieza

Materiales de Limpieza				
N°	Artefacto	Unidad	Precio Unidad	Precio Total
1	Cepillos	24	2	48
2	Esponjas	48	1	48
3	Esponja de alambre	48	1	48
4	Lija de agua	24	1	24
5	Desinfectante	24	5	120
6	Desengrasante	24	5	120
7	Detergente	24	5	120
8	Cloro	24	5	120
9	Jabón	24	5	120
10	Jabón lavavajilla	24	2	48
			Total	816
			Aproximado	850

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

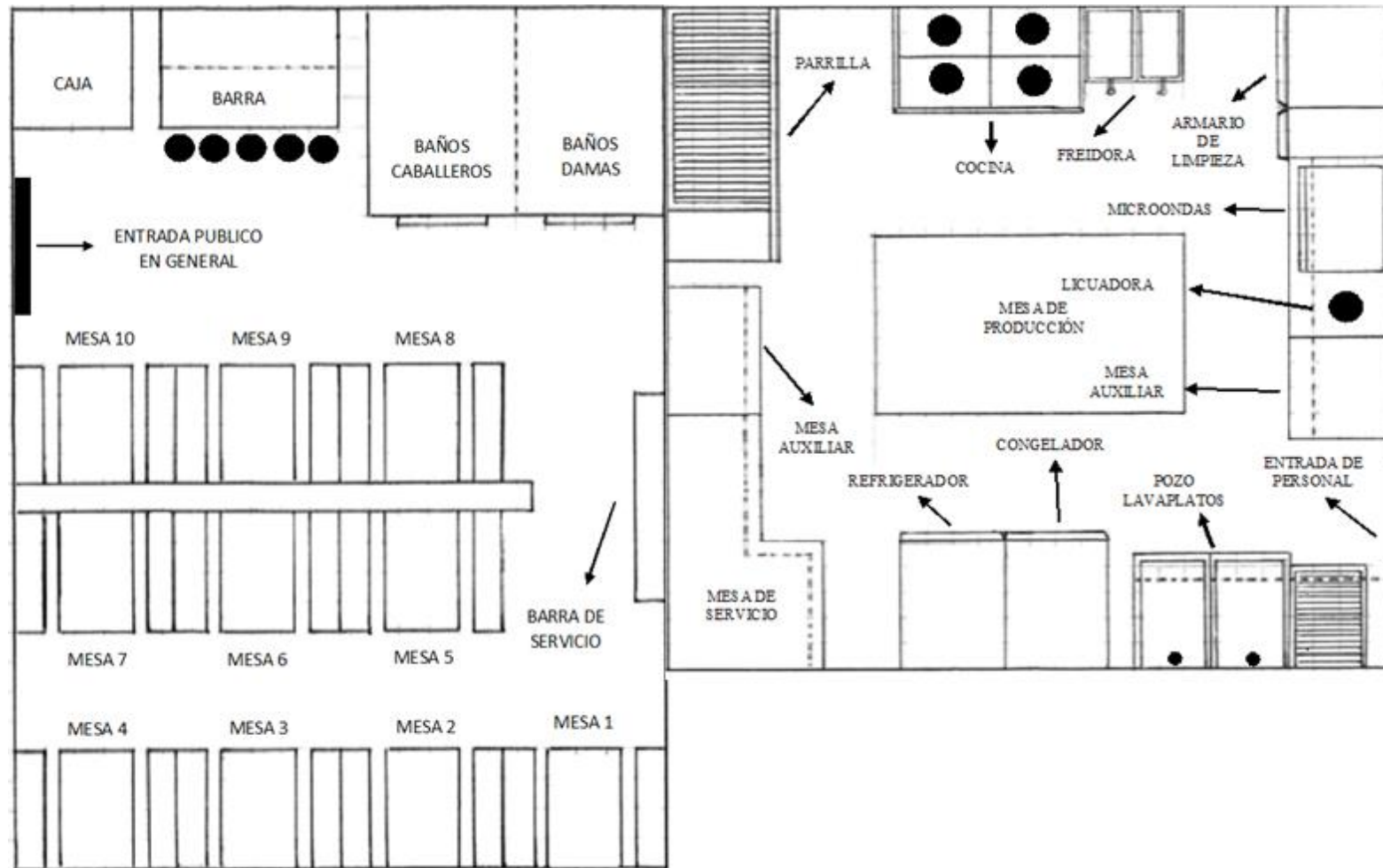
3.11. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y OFICINAS

Una adecuada distribución de las áreas necesarias para poner en marcha un establecimiento de alimentos y bebidas es de vital importancia si se desea obtener una gran productividad del negocio antes, durante y después del servicio. Ya que TONI'S RIBS AND

WINGS será un restaurante con estilo de comida rápida, pero, a la vez, de asados, se ha diseñado un plano acorde a las necesidades del establecimiento

El plano se divide en dos partes, ambas realizadas en una escala 1:4 (m:cm), la primera consta de la cocina, el área de almacenado de alimentos (perecibles y no perecibles) y el área de elementos de limpieza. La segunda parte consta del área administrativa, de servicio y la barra.

Imagen 4 Plano del Restaurante



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

CAPITULO 4

PROCESO DE DERECHO EMPRESARIAL

4.1. OBJETIVOS DEL AREA

Verificar el correcto ejercicio de las actividades de la Microempresa en todo lo respectivo al cumplimiento de normativas impuestas por las distintas instituciones que proveen de los permisos necesarios para el funcionamiento del negocio.

Controlar los aspectos tributarios, laborales y mercantiles ejercidos en la empresa para evitar sanciones o suspensiones a la Microempresa mediante el correcto estudio financiero de los mismos.

4.2. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

Una de las partes más importantes al momento de la creación de una empresa, o en este caso, una Microempresa, es centrarse en las bases legales, o, mejor dicho, el marco legal de la misma.

Empezar una Microempresa también cuenta con ciertos beneficios en el ámbito de las bases legales, lo cual es fundamental para construir una empresa, uno de ellos y también el más importante es que la intendencia o municipalidad no exigen tantos permisos de funcionamiento para esta pueda ser ejecutada y esté lista para el servicio sin prohibiciones

Según ZEUS (2019), para las personas naturales o jurídicas que hayan inscrito el RUC o RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI), para realizar actividades económicas relacionadas con la venta de comida o servicios de alimentación en general, deberán obtener los siguientes permisos del funcionamiento:

1. RUC
2. Patente municipal.
3. Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).
4. Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior.
5. Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).
6. Registro de Alimentos y Bebidas en el Ministerio de Turismo (según categorización).
7. Registro turístico en Quito Turismo (según categorización).

4.3. REQUISITOS PARA OBTENER LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

4.3.1. RUC

Según el SRI (2020), los requisitos para la obtención del Registro Único del Contribuyente para personas naturales son los siguientes:

1. Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
2. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
3. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

4.3.2. PATENTE MUNICIPAL

Según el Portal de Servicios Ciudadanos (2020) y la ZEUZ (2019), los requisitos para la obtención de la Patente Municipal son los siguientes:

1. Inscripción del RUC o RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
2. Formulario de Inscripción de RAET o Patente Municipal para personas naturales o jurídicas.

3. Número de predio del domicilio tributario de la persona natural o jurídica.
4. Copia de la cédula, de ambos lados.
5. Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
6. Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.
7. Copia del carnet de discapacidad (si es que aplica).
8. Copia del carnet de artesano calificado (si es que aplica).
9. En caso que el trámite lo realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.

Este trámite lo pueden realizar en todas las Administraciones Zonales del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Una vez inscrita la patente Municipal, le enviarán un mensaje a su correo electrónico, el cual contendrá su clave de acceso al portal de declaración de RAET o Patente Municipal. Con esa contraseña deberá, realizar los siguientes pasos:

1. Ingresar a esta página: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Servicios.aspx#info>.
2. Ir a Declaración en Línea Patente y 1.5 x mil.
3. Seleccionar el año de declaración.
4. Elegir la actividad económica.
5. Calcular el valor a cancelar.
6. Aceptar las condiciones y aceptar.
7. Imprimir el comprobante de declaración
8. Acérquese a pagar el comprobante obtenido.

4.3.3. LA LICENCIA ÚNICA DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE)

La Licencia Única de Actividades Económicas, lo deben obtener todos los establecimientos que tienen locales comerciales, oficinas, plantas o demás, que son sujetos de control por el Municipio y el Cuerpo de Bomberos.

Según el Portal de Servicios Ciudadanos (2020) y ZEUZ (2019), los requisitos para la obtención de La Licencia Única de Actividades Económicas – LUAE son los siguientes:

1. Formulario de Solicitud de LUAE.
2. Formulario Reglas técnicas de arquitectura y urbanismo para LUAE.
3. Pago de la patente municipal.
4. Copia de la cédula, de ambos lados.
5. Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
6. Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.
7. Foto del Rótulo, medidas y materiales del mismo.
8. Autorización del dueño del predio, en el que le permite colocar el rótulo.
9. En caso que el trámite lo realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.

Este trámite lo pueden realizar en todas las Administraciones Zonales del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Una vez ingresado el trámite, se enviará al correo un link para declarar datos técnicos del establecimiento en el portal del Cuerpo de Bomberos.

Una vez aprobado el formulario, se acercará a cualquier Administraciones Zonales del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con la copia de la cédula y papeleta de votación, con la declaratoria de bomberos a retirar la LUAE.

4.3.4. PERMISOS ANUALES DE FUNCIONAMIENTO, OTORGADO POR EL MINISTERIO DEL INTERIOR (P.A.F.)

Según el Ministerio del Interior (2020) y ZEUS (2019), los requisitos para obtener los Permisos Anuales de Funcionamiento otorgado por la misma entidad son los siguientes:

1. Ingresar a la página: http://www.mdi.gob.ec/app.sitmint7/logueo/login_ms_pf.php.
2. Regístrese como usuario del sistema P.A.F.
3. Registre su establecimiento.
4. Ingrese un trámite de nuevo permiso.
5. Generar trámite.
6. Verificación de requisitos: Aquí se debe adjuntar la Patente y LUAE.
7. Notificaciones recibidas: para conocer la fecha de pago del permiso en el Banco del Pacífico.
8. Cancela el comprobante de pago.
9. Ingresar al portal para imprimir el Permiso Anual de Funcionamiento.

4.3.5. AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA (ARCSA)

Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA (2020) y ZEUZ (2019), los requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento Sanitario son los siguientes:

1. Ingresar a la página: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>.
2. Crear el usuario y contraseña.
3. Declarar el año en curso.
4. Llenar datos de Establecimiento.
5. Buscar actividad económica de su establecimiento.
6. Aceptar y declarar.
7. Acercarse al Banco del Pacífico o BanEcuador con el comprobante de ARCSA después de 24 horas.
8. Al cabo de 48 horas revisar el portal del ARCSA para obtener su permiso de funcionamiento.

4.3.6. REGISTRO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL MINISTERIO DE TURISMO.

Según El Ministerio de Turismo (2020) y ZEUZ (2019), los requisitos para la obtención del Registro de Alimentos y Bebidas son los siguientes:

1. Registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Cédula de identidad.
3. Papeleta de votación.
4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum.
6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local.
7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia).
8. Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios).

Recepción de requisitos y formalidades para el registro: El propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quién verificarán uno a uno el cumplimiento de TODOS los requisitos y formalidades correspondientes, mismas que se encuentran detallados en la Solicitud de Registro.

La inspección consiste en verificar la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:

- Actividad Turística
- Tipo Capacidad
- Categoría
- Dirección
- Nombre del propietario

Luego de la Inspección, se otorga la Clasificación y la categoría y se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento. (Ministerio de Turismo, 2019)

4.3.7. REGISTRO TURÍSTICO EN QUITO TURISMO

El Registro Turístico que es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales, jurídicas o comunidades que realicen cualquiera de las actividades turísticas, y consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades en el cual se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. (Quito Turismo, 2019)

4.3.8. SAYCE

Existen una sociedad colectiva que se encarga de administrar y proteger los derechos patrimoniales de autor mediante una gestión transparente cumpliendo el marco jurídico vigente, mejorando continuamente los procesos, apoyados en el capital humano y aplicando la tecnología adecuada.

Por lo que, según SAYCE (2020), para reproducir cualquier tipo de obra musical compuesta por un autor en nuestro establecimiento, se necesita obtener este permiso, el mismo que se obtiene abonando los siguientes valores según el tipo de establecimiento.

Para los restaurantes, cevicherías, picanterías, grilles y similares, por difusión pública de obras administradas por SAYCE, abonarán anualmente, de acuerdo al siguiente detalle:

- De lujo, el equivalente al 45% de un Salario Básico Unificado;
- **De segunda, el equivalente al 27% de un Salario Básico Unificado;**
- **De tercera y cuarta categoría, al 18% de un Salario Básico Unificado.**
- Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo al numeral 39.

4.4. ASPECTOS LABORALES

Ya sea, que el emprendimiento de un nuevo negocio, entre en la categoría de microempresa, los titulares de la misma, tienen que cumplir con ciertas obligaciones legales al momento de contar con personal para su establecimiento.

Aquí se detalla una lista de los derechos que poseen los empleados al momento de vincularse a una empresa de alimentos y bebidas y ciertas obligaciones que deben cumplir los empleadores con su personal.

Según el Código de Trabajo y la Ley de la Seguridad Social (2020), el trabajador tiene derecho a:

- Afiliación a la seguridad social desde el primer día de trabajo.
- A percibir como mínimo el sueldo básico (400\$) en función de la tabla sectorial.
- A percibir horas extras y suplementarias, en el caso de que se trabaje estas horas.

- A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas correspondientes.
- A percibir los fondos de reserva a partir del segundo año de trabajo.
- A un periodo de vacaciones laborales remuneradas.
- A percibir una compensación por el salario digno.
- A un periodo de licencia por paternidad (nuevo padre).
- A un periodo de licencia por maternidad (madre).
- Al subsidio por maternidad para la nueva madre.
- Solicitar certificados relativos a su trabajo.
- A recibir el pago de utilidades.

Según el Código de Trabajo y la Ley de la Seguridad Social (2020), el empleador está obligado a:

- Celebrar un contrato de trabajo.
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar al trabajador a la seguridad social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
- Sueldo básico que se debe pagar es de 400.00 \$ (SBU 2020).
- Asumir el porcentaje (11,15 %) que corresponde al empleador por la seguridad social.
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar los décimos tercero y cuarto.
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
- A pagar una compensación por salario digno.
- A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios.

Los aspectos previamente detallados ayudarán a la empresa a tener un control financiero y legal de lo que representa contar con capital humano en una empresa de alimentos y bebidas.

Otro aspecto laboral respecto a la base legal muy importante de la Microempresa es contar con roles de pago a los empleados, estos son registros que debe llevar todo establecimiento para llevar el control de los pagos y descuentos que debe realizar a sus empleados cada mes.

A continuación se detalla un ejemplo de lo que debe contener obligatoriamente un rol de pagos y el que se va a utilizar en TONI'S RIBS AND WINGS.

Tabla 23 Rol de Pagos

Nombre	Cargo	Horas Extras	Remuneración Total	XIII	XIV	IESS	Total
1.							
2.							

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

4.5. ASPECTOS TRIBUTARIOS

En general, cualquier empresa que haga negocios en Ecuador está sujeta a tributación por sus transacciones y actividades a través de los impuestos a la renta, al valor agregado, a los consumos especiales y otros tributos aplicables de carácter seccional. Las empresas también están sujetas a tributación sobre los inventarios y valores que tengan. (LataxNet, s.f., <http://www.lataxnet.net/>).

4.5.1. IMPUESTO A LA RENTA

Según la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno Vigente, en lo que respecta al pago del Impuesto a la Renta, para nuestra Microempresa se debe tener en cuenta lo siguiente:

- El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1 de enero al 31 de diciembre.
- La declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:
 1. Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.
 2. Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada.
- Están obligadas a llevar contabilidad las personas naturales y las sucesiones, incluyendo los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes, otros trabajadores autónomos, de acuerdo a las siguientes condiciones:
 1. Capital propio superior a USD 180.000.
 2. Ingresos brutos anuales superiores USD 300.000 o,
 3. Costos y gastos anuales superiores a USD 240.000.
- Para calcular el Impuesto a la Renta que debe pagar un contribuyente se debe considerar lo siguiente: de la totalidad de los ingresos gravados se restará las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado lo llamamos "**base imponible**".
- Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, de acuerdo al tipo de contribuyente, en nuestro caso sería el 0, por lo que se debería declarar hasta el 28 de marzo.

- Para liquidar el impuesto a la renta de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicarán a la base imponible las tarifas contenidas en las tablas de ingresos, correspondientes a cada ejercicio fiscal.

Imagen 5 Base Imponible

AÑO 2020			
En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto sobre la fracción básica	% Impuesto sobre la fracción excedente
0	11.315,00	–	0%
11.315,01	14.416,00	–	5%
14.416,01	18.018,00	155	10%
18.018,01	21.639,00	515	12%
21.639,01	43.268,00	950	15%
43.268,01	64.887,00	4.194	20%
64.887,01	86.516,00	8.518	25%
86.516,01	115.338,00	13.925	30%
115.338,01	En adelante	22.572	35%

Fuente: Ecuador Legal Online. (2020). Tabla de Impuesto a la Renta. Recuperado de: <http://www.ecuadorlegalonline.com/>

4.5.2. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Según la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno Vigente, en lo que respecta al pago del Impuesto al valor agregado, para nuestra Microempresa se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados.
- Todas las personas y sociedades que presten servicios y/o realicen transferencias o importaciones de bienes, deben pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA). Quienes hayan pagado el IVA podrán utilizarlo como crédito tributario en los casos contemplados en la Ley de Régimen Tributario Interno.

- Adicionalmente, las personas y sociedades designadas como agentes de retención mediante la normativa tributaria vigente, realizarán una retención del IVA en los casos que amerite.
- Este impuesto se declara y paga de forma mensual cuando las transacciones gravan una tarifa y/o cuando se realiza retenciones de IVA y de forma semestral cuando las transacciones gravan tarifa 0%.
- Se debe pagar el IVA en toda transferencia local o importación de bienes y en la prestación de servicios.
- Para las transacciones locales la base imponible del IVA corresponde al precio de venta de los bienes o el valor de la prestación del servicio, incluido otros impuestos, tasas y otros gastos relacionados, menos descuentos y/o devoluciones.
- La tarifa vigente es del 0% y del 12% y aplica tanto para bienes como para servicios.
- Existen también transferencias que no son objeto del IVA las cuales se detallan en la Ley de Régimen Tributario Interno. Para nuestra Microempresa existen varios bienes que son exceptos del pago del IVA, por lo que beneficiaría financieramente al establecimiento.

CAPITULO 5

PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1. OBJETIVO DEL AREA

Diseñar planes de inclusión a la empresa de mano de obra calificada para la correcta generación de fuentes de trabajo mediante protocolos bien determinados de contratación de personal.

Identificar los posibles riesgos ambientales que produce el uso de productos agrícolas y de origen animal para la realización de platillos bien elaborados mediante la consulta de fuentes de información secundarias.

Crear planes de reclutamiento de personal capacitado para desempeñar las distintas actividades que requiere el establecimiento mediante el análisis de perfiles profesionales.

5.2. IMPACTO AMBIENTAL

En el sector empresarial en el que se encuentra TONI'S RIBS AND WINGS, la cual se dedicará a la venta alimentos y bebidas, existen varios impactos ambientales directos que se producirán dentro del establecimiento.

Según la Guía de Prácticas Ambientales (2008), Los problemas ambientales generados por parte de este sector, se enmarcan en la contaminación atmosférica por gases de combustión, emisiones de proceso, emisión de ruido, contaminación del recurso agua, por las descargas residuales no domésticas, contaminación del suelo especialmente por la generación y manejo de residuos.

Estos problemas se agravan por el escaso conocimiento que existe sobre la legislación ambiental, y por ser un sector fluctuante que funciona en su mayor parte con la infraestructura mínima y en condiciones de arrendatario.

5.2.1. IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES IMPACTOS AMBIENTALES

En un establecimiento de Alimentos Y Bebidas como lo será TONI'S ^{RIBS AND WINGS}, existe un número limitado de posibles impactos ambientales que podrían ser causados por la elaboración de los platos que se va a ofrecer.

Es por eso que se ha realizado una lista de aquellos efectos que se podría tener en el ambiente si no los regula con un plan de medidas para contrarrestar a los mismos.

Posible Impacto Ambiental del Recurso Aire:

- Contaminación atmosférica por emisiones gaseosas
- Afectación a la comunidad por ruidos de fuentes fijas de uso frecuente

Posible Impacto Ambiental del Recurso Agua:

- Contaminación del agua por efluentes de agua residuales

Posible Impacto Ambiental del Recurso Suelo:

- Contaminación del suelo por la generación de aceites y grasas, tensoactivos

5.2.2. MEDIDAS PARA CONTRARRESTAR LOS IMPACTOS ENCONTRADOS

En la actualidad existen varias alternativas para evitar un mediano o gran impacto en el ambiente en el sector empresarial de los Alimentos y Bebidas, dependiendo del giro de negocio que se tenga en mente.

Es por eso que se ha decidido tomar reseña de un Plan de Manejo Ambiental (2019) para Restaurantes emitido por la secretaria del Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito para TONI'S RIBS AND WINGS.

Este es un plan que se adapta considerablemente a la necesidad de contrarrestar el impacto negativo al ambiente, que, por supuesto, se intentará evitar de cualquier forma. A continuación se detalla el plan.

Tabla 24 Prevención de Impactos Recurso Aire

PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS AL RECURSO AIRE							
Objetivo: Prevenir y minimizar los impactos negativos al recurso AIRE Lugar de aplicación: TONI'S RIBS AND WINGS Responsable: Responsable legal del establecimiento						PPM-01	
Aspecto Ambiental	Impacto Identificado	Medidas Propuestas	Indicadores	Medios de Verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Emisiones gaseosas.	Contaminación atmosférica.	Los establecimientos que utilicen aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas, carnes etc. Deberán contar con campanas de extracción que cuenten con condensadores de grasa, filtros de carbón activado u otros, con las especificaciones técnicas necesarias que garanticen el control de emisiones gaseosas provenientes de los procesos de preparación y cocción de alimentos.	N.º de dispositivos instalados / N.º de dispositivos requeridos.	- Informe técnico de factibilidad de instalación de filtros y/o condensadores. - Verificación in situ. - Registro de periodicidad de cambio de filtros y condensadores. - Facturas de instalación.	A partir de la emisión del certificado ambiental.	Permanente.	Fin de la vida útil del Proyecto.

Generación de ruido por fuentes fijas de ruido de uso frecuente.	Afectación a la comunidad del área de influencia social directa del restaurante.	Los establecimientos que cuenten con equipos de sonido, amplificación, parlantes, altavoces, generadores, baterías de ventilación, extractores, etc., deberán estar aislados acústicamente, con el objeto de controlar que las emisiones de ruido hacia el exterior del sitio, no rebasen los límites máximos permitidos de acuerdo a los horarios y a la zonificación que corresponda. Para el efecto, se debe aplicar el Instructivo General de Aplicación de la Ordenanza Metropolitana N.º 138 para Evaluación de aislamiento acústico de establecimientos – Resolución N.º SA-DGCA001-2018.	N.º medidas acústicas implementadas / N.º medidas acústicas programadas y requeridas.	• Informes de monitoreos posteriores a la implementación de acciones correctivas. • Registro fotográfico fechado desde la cámara.	A partir de la emisión del certificado ambiental.	En caso de incumplir los límites máximos permisibles de ruido en fuentes fijas de ruido de uso frecuente.	Fin de la vida útil del proyecto.
--	--	--	---	--	---	---	-----------------------------------

Tabla 25 Prevención de Impactos Recurso Agua

PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS AL RECURSO AGUA							
Objetivo: Prevenir y minimizar los impactos negativos al recurso AGUA Lugar de aplicación: TONI'S RIBS AND WINGS Responsable: Responsable del establecimiento						PPM-02	
Aspecto Ambiental	Impacto Identificado	Medidas Propuestas	Indicadores	Medios de Verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Generación de efluentes residuales.	Contaminación de agua.	Limpieza y mantenimiento de las trampas de grasa.	Actividad realizada / Actividad programada y requerida.	- Registro de limpieza y mantenimiento. - Registro fotográfico fechado desde la cámara.	A partir de la emisión del certificado ambiental.	Semanal.	Fin de la vida útil del proyecto.
Generación de efluentes residuales.	Contaminación del agua.	Los establecimientos que utilicen aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas carnes etc. Y que laven con agua los utensilios de cocina, deben instalar y dar mantenimiento a trampas de grasa. Este dispositivo para retención de aceite y grasa estará localizado en los conductos de	Trampas de grasa instaladas / Trampas de grasa requeridas.	- Facturas de trabajos contratados. - Verificación in situ. - Registro fotográfico fechado desde cámara.	A partir de la emisión del certificado ambiental.	Semanal.	Fin de la vida útil del proyecto.

		desagüe de las cocinas, antes del punto de descarga al alcantarillado.					
--	--	--	--	--	--	--	--

Tabla 26 Prevención de Impactos Recurso Suelo

AN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS AL RECURSO SUELO							
Objetivo: Prevenir y minimizar los impactos negativos al recurso SUELO Lugar de aplicación: TONI'S RIBS AND WINGS Responsable: Responsable del establecimiento					PPM-03		
Aspecto Ambiental	Impacto Identificado	Medidas Propuestas	Indicadores	Medios de Verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Generación de aceites y grasas, tensoactivos, y efluentes residuales.	Contaminación del suelo.	Los aceites removidos de las trampas de grasas, condensadores, y carbón desactivado contaminado de los filtros deberán ser envasados en contenedores herméticos y resistentes a impactos, localizados en áreas donde no existan sumideros, canaletas, ni exista el riesgo de derrames hacia los sistemas de alcantarillado.	N.º de actividades ejecutadas / N.º de actividades programadas.	- Registro de recolección de aceites y grasas, y carbón desactivado contaminado donde se reporte volumen alcanzado o peso. - Registro de entrega a gestor autorizado el cual tendrá correlación con el registro de recolección de aceites y grasas, y	A partir de la emisión del Certificado Ambiental.	Semanal.	Fin de la vida útil del Proyecto.

		Posteriormente deberán ser entregados al gestor autorizado con licencia ambiental vigente.		carbón desactivado. Informe de tratamiento final que el gestor da a los residuos entregados. • Registro fotográfico fechado desde cámara.			
--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Secretaría del Ambiente. (2019). Plan de Manejo Ambiental.

Además de eso, se seguirá en ciertas recomendaciones que da la Guía de Prácticas Ambientales para Restaurantes de la Alcaldía Metropolitana de Quito (2008) para manejar de forma adecuada estos posibles impactos ambientales, estas se detallan a continuación:

Gestión de Residuos

1. Los residuos de alimentos, aceites y grasas usadas no serán vertidos a la red pública de alcantarillado. Estos residuos deberán ser entregados a los gestores autorizados por la DMA, para lo cual previamente se los deberá filtrar y almacenar temporalmente en recipientes tapados.
2. Los detergentes y desinfectantes deben ser identificados y guardados de acuerdo a las recomendaciones del fabricante y fuera del área de procesamiento de los alimentos.
3. Los recipientes de residuos serán exclusivos para tal fin, estarán identificados y preferentemente con fundas plásticas en su interior. Deberán ser vaciados regularmente de acuerdo a los días y horarios establecidos para la recolección municipal o su delegado.
4. Los residuos orgánicos obtenidos se recogerán en recipientes plásticos tapados y en buen estado, fuera de áreas de preparación de alimentos y atención al cliente.
5. Los residuos inorgánicos (envases y embalajes) se clasificarán en la fuente de acuerdo al tipo de material (cartón, vidrio, papel) para una disposición que priorice el reciclaje y reutilización, salvo el caso de envases de productos químicos de desinfección y limpieza que serán entregados al gestor autorizado.
6. El almacenamiento de los residuos se realizará en áreas ventiladas y techadas, manteniendo condiciones higiénicas que eviten la generación de vectores (insectos, roedores) y olores.
7. No se descuidará la limpieza al exterior de especialmente marisquerías y asaderos.
8. Los contaminantes removidos de la limpieza y mantenimiento de trampas de grasa no deberán desecharse al alcantarillado ni a la vía pública, deberán ser entregados a los gestores ambientales autorizados por la DMA.

9. En la entrega-recepción de los contaminantes provenientes de trampas de grasa se deberán emplear registros que indiquen la cantidad del residuo, fecha de entrega al gestor ambiental autorizado y firmas de responsabilidad. Esta información deberá ser facilitada al momento del control de la gestión.

Emisiones a la atmósfera y ruido

1. Los establecimientos que cuenten con equipos de sonido, amplificación, parlantes, altavoces, generadores, baterías de ventilación, extractores, etc., deberán estar aislados acústicamente, con el objeto de controlar que las emisiones de ruido hacia el exterior del sitio, no rebasen los límites máximos permitidos de acuerdo a los horarios y a la zonificación que corresponda.
2. Se deberá contar con campanas de extracción y/o filtros de condensación de grasa, filtros de carbón activado u otros, con las especificaciones técnicas necesarias que garanticen el control de emisiones gaseosas.
3. Las fuentes de combustión (generadores, calderos) deberán tener registros de horas de funcionamiento y del mantenimiento periódico.
4. En el caso de que el establecimiento cuente con grupos electrógenos cuyo uso sea más de 60 horas por semestre y su potencia supere los 37 Kw., deberán presentar las caracterizaciones físico-químicas de sus emisiones gaseosas en el mes de noviembre de cada año.

Aguas residuales no domésticas

1. Todos los establecimientos que utilicen aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas, carnes, entre otros para la preparación de alimentos, y que laven con agua los utensilios de cocina, deben instalar y dar mantenimiento a trampas de grasa. Este dispositivo para retención de aceite y grasa estará localizado en los conductos de desagüe de las cocinas, antes del punto de descarga al alcantarillado.

2. La grasa, aceite y sólidos removidos deberán envasarse en contenedores herméticos y resistentes a impactos, localizados en áreas donde no existan sumideros, canaletas, ni exista el riesgo de derrames hacia los sistemas de alcantarillado.

5.3. IMPACTO SOCIAL

Fijando la atención en lo que representa incorporar a personal calificado a un restaurante como lo será TONI'S ^{RIBS AND WINGS}, se empieza un proceso en el cual se debe tener muy en cuenta ciertas particularidades para que los objetivos del establecimiento se lleguen a cumplir de la mejor manera.

Muchas de ellas tienen que ver con la inclusión sin discriminación de raza, sexo, religión, estatus económico o nacionalidad. Es de gran importancia entender que estos aspectos determinan la credibilidad que posee un restaurante y sobre todo si este otorga algún beneficio para la comunidad, como lo es la generación de empleos a personas necesitadas, o si solo se interesa por lucrar y no velar por los intereses de sus trabajadores.

En TONI'S se ha tenido muy en cuenta lo anterior mencionado, por lo cual, al momento de ejecutar un plan de reclutamiento de empleados para las distintas áreas, se analizará muy bien el perfil profesional y técnico de todos los aspirantes a cada puesto de trabajo sin discriminación alguna, sin embargo, si se solicitará que se permita medir las aptitudes de cada persona respecto al área a la que aplica y cerciorarse de ciertos antecedentes personales y profesionales. Se estima que este proceso se lo lleve a cabo de 3 a 5 días laborables.

Esto ayudará al restaurante a conformar un equipo de trabajo mentalizado en cumplir con los objetivos y metas de la empresa, así como los propios, ya que esto beneficiará a corto y mediano plazo a ambas partes, no solo por el beneficio económico que podría representar, sino también, por el crecimiento profesional de cada uno de los involucrados.

CAPÍTULO 6

PROCESO FINANCIERO

6.1. OBJETIVO DE LA INVERSIÓN

Generar ganancias de la venta de Alimentos y Bebidas mediante el buen manejo económico en el establecimiento para en un lapso de tiempo determinado se pueda recuperar la inversión y obtener utilidad.

Lograr obtener un retorno total del capital invertido en el restaurante para el pago oportuno a las instituciones bancarias mediante una proyección financiera realista y acorde al entorno socio-económico involucrado.

6.2. ELEMENTOS DE LA INVERSIÓN

“Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial”. (BBVA, 2017, <https://www.bbva.com/>).

En TONI'S ^{RIBS AND WINGS}, se ha realizado un esquema en el cual está detallado los elementos financieros de los que consta la futura inversión. Estos son Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

6.2.1. ACTIVOS FIJOS

Este elemento de inversión “hace referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que no se va a comercializar”. (Retos Directivo, 2017, <https://retos-directivos.eae.es/>).

Por lo tanto, en este establecimiento, se ha incluido a los equipos industriales, de computación e inmuebles como parte de este Activo, estos elementos se detallan en el capítulo 3, tema 9. A continuación, se especifica este elemento:

Tabla 27 Activos Fijos

Activos Fijos	
Edificio	0
Vehículo	0
Equipos Industriales/Seguridad	2800
Equipos de Computación	3100
Inmuebles	3200
Total	9100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

6.2.2. ACTIVOS DIFERIDOS

“El activo diferido se refiere a gastos recurrentes que se pagan por anticipado, como seguros, intereses o alquileres que se registran como un activo hasta que se reciba el servicio o beneficio asociado”. (Corvo, H. s.f. <https://www.lifeder.com/>).

En la futura Microempresa, los activos diferidos se ha ligado a un solo pago por anticipado que se tiene que realizar para poder realizar la actividad comercial destinada a efectuarse, este elemento es conocido como Gastos de Constitución y refiere al pago de los permisos de funcionamiento requeridos para la labor legal del restaurante, como son: Patente, ARCSA, LUAE, etc. A continuación, se presenta el valor de este elemento.

Tabla 28 Activos Diferidos

Activos Diferidos	
Gastos de Constitución	500

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

6.2.3. CAPITAL DE TRABAJO

Según Riquelme (2018, <https://www.webyempresas.com/>), el capital de trabajo es la capacidad o potencial que tiene una empresa para operar, luego de cumplir con sus obligaciones. Estos recursos le brindan a la empresa la oportunidad de cubrir actividades fundamentales, tales como la adquisición de materia prima, cancelar nóminas y realizar otras inversiones pertinentes.

Este elemento de la inversión, es una parte fundamental para el correcto funcionamiento de una empresa, estos elementos son: sueldos, servicios básicos, material de oficina, material de limpieza, alquiler, publicidad, adquisición de materia prima y gastos financieros. TONI'S RIBS AND WINGS, consta de una planificación económica a un año calendario. A continuación, se detalla el valor de estos elementos:

Tabla 29 Sueldos

Sueldos					
Personal	Sueldos	Anual	IESS Empleado	IESS Empresa	Gastos Sueldo Anual
Administrador	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Cocinero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Ayu. cocina1	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Ayu. cocina 2	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Barman	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Total	2400	28800	2721,60	3499,20	29577,6

Décimos				
Personal	Sueldos	Decimo 4º	Decimo 3º	Total Décimos
Gerente	400	400	400	800
Chef	400	400	400	800
Ayu. cocina 1	400	400	400	800
Ayu. cocina 2	400	400	400	800
Barman	400	400	400	800
Mesero	400	400	400	800
Total	2400	2400	2400	4800

Total Sueldos	Total Décimos	Total Anual
29577,6	4800	34377,60

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 30 Servicios Básicos

Servicios Básicos			
Descripción	Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
Agua	50	300	600
Luz	80	480	960
Teléfono	15	90	180
Internet	30	180	360
Total	175	1050	2100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 31 Materiales de Oficina

Materiales de Oficina				
Nº	Artefacto	Unidad	Precio Unidad	Precio Total
1	Libretas	6	1	6
2	Esferos	10	1	10
3	Plástico film	3	10	30
4	Fundas transparentes	18	3	54
5	Papel de recibos	12	2	24
6	Cuaderno	4	1	4
7	Perforadora	3	4	12
8	Grapadora	3	5	15
9	Carpetas	48	1	48
10	Recipientes Plásticos	5	5	25

11	Guantes quirúrgicos	12	5	60
			Total	288
			Aproximado	300

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 32 Materiales de Limpieza

Materiales de Limpieza				
N°	Artefacto	Unidad	Precio Unidad	Precio Total
1	Cepillos	24	2	48
2	Esponjas	48	1	48
3	Esponja de alambre	48	1	48
4	Lija de agua	24	1	24
5	Desinfectante	24	5	120
6	Desengrasante	24	5	120
7	Detergente	24	5	120
8	Cloro	24	5	120
9	Jabón	24	5	120
10	Jabón lavavajilla	24	2	48
			Total	816
			Aproximado	850

Fuente: Anthony Galarza Salazar

Tabla 33 Alquiler

Alquiler		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
400	2400	4800

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 34 Publicidad

Publicidad			
Material	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Flyers	100	0,05	5
Anuncios	6	3	18
Tarjetas	50	0,1	5

		Total Mensual	28
		Semestral	168
		Anual	336
		Aproximado	350

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Todos los elementos previamente detallados, nos proveen de una visión más clara del total de inversión necesaria. A continuación, se compila todos los valores de estos compendios del Capital de Trabajo requerido, a lo que se le ha incluido los costos por Adquisición de Materia Prima y el pago de los Gastos Financieros anuales, este último basado en el caso de solicitar un crédito bancario de 40 mil dólares y realizando el cálculo de una Tabla de amortización.

Tabla 35 Capital de Trabajo

Capital De Trabajo	
Sueldos	34377,6
Servicios Básicos	2100
Material Oficina	300
Material Limpieza	850
Servicio Auto	0
Alquiler Local	4800
Publicidad	350
Adquisición De Materia Prima	1500
Gastos Financieros	5.600,00
Total de la Inversión	59477,6

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

6.3. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

La estructura de la inversión próxima a realizarse consta de dos fracciones para llevarse a cabo, la primera es el Capital propio que básicamente es el monto total que posee el propietario del futuro establecimiento y la segunda es el Capital Financiero que otorgará la institución financiera a quien se le presente este Plan de Negocio, en esta parte ya estará comprendido el interés del préstamo del primer año. A continuación, se detalla la estructura de los capitales:

Tasa Pasiva
+ Riesgo País

Tabla 36 Estructura del Capital

Estructura De Capital				
		Estructura	Costo	TD
Capital Propio	19477,4	33%	15%	4,9%
Capital Financiero	40000	67%	14%	9,4%
Total Inversión	59477,6	100%		14,3%

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tasa Activa
del Banco

6.4. PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS

Al momento de realizar un análisis financiero sobre una empresa de Alimentos y Bebidas, existe un cálculo sencillo para saber si se tendrá rentabilidad en el futuro establecimiento, este cálculo es el Punto de Equilibrio se ventas y esencialmente hace referencia a un número aproximado de ventas del promedio de la carta del restaurante con una previa estandarización de sus precios.

El Punto de Equilibrio se lo realiza planteando los costos fijos del establecimiento que deberán ser solventados mes a mes, estos se detallan a continuación:

Tabla 37 Costos Fijos

Costos Fijos	
Materia Prima	125
Alquiler	400
Sueldos	2864,8
Servicios Básicos	175
Total por Mes	3564,8

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Después de tener en mente los elementos previamente establecidos, regresamos a los valores de la receta estándar presentada en el Capítulo 3, Tema 3, este plato será tomado como muestra para el desarrollo del Punto de Equilibrio.

De este plato se tomará en cuenta solamente los valores de 'Total Bruto' y 'Subtotal', los cuales representan el Costo de elaboración y el PVP respectivamente, a continuación, se lo especifica:

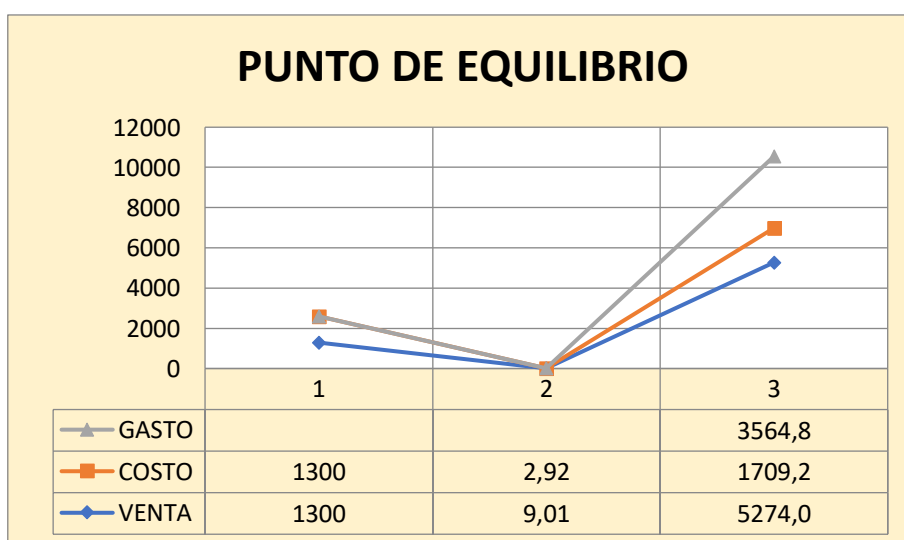
Tabla 38 Margen de Contribución

Receta Estándar		
Precio	9,01	Subtotal
Costo	2,92	Total Bruto
Ganancia	6,09	Margen De Contribución

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Posteriormente se realizó el cálculo del Punto de Equilibrio de Venta dividiendo el Costo por mes para el Margen de Contribución previamente planteado. Este valor es de 585 menús/platos por mes, lo cual significaría que se deben vender aproximadamente 20 platos diarios para poder solventar los costos fijos. Pero como en el establecimiento no solo debe pagar estos costos, se ha decidido dejar en 1300 platos por mes, para lograr obtener liquidez y solventar el resto de gastos y costos.

Forma 8 Punto de Equilibrio



Elaborado por Anthony Galarza Salazar

6.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

En TONI'S RIBS AND WINGS, se ha hecho una proyección del crecimiento económico del restaurante a 5 años, en ese periodo de tiempo se ha propuesto que el crecimiento será del 1% anual y se solventará todos los pagos y haberes con las instituciones financieras y con el personal del negocio.

A continuación, se puede observar los Estados Financieros, detallando cada ingreso y egreso que sobrellevará el establecimiento basándonos en el Punto de Equilibrio para ser rentables:

Tabla 39 Estados Financieros Proyectados

Elemento Financiero	Año				
	1	2	3	4	5
Ventas	140556,00	144786,74	149144,82	153634,08	158258,46
Costo De Ventas	45552,00	46923,12	48335,50	49790,40	51289,09
Utilidad Bruta En Ventas	95004,00	97863,62	100809,32	103843,68	106969,37
Gastos Administrativos	34377,60	35412,37	36478,28	37576,27	38707,32
Servicios Básicos	2100,00	2163,21	2228,32	2295,40	2364,49
Material Oficina Y Limpieza	1150,00	1184,62	1220,27	1257,00	1294,84
Alquiler Auto	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Alquiler	4800,00	4944,48	5093,31	5246,62	5404,54
Publicidad	350,00	360,54	371,39	382,57	394,08
Depreciaciones	1633,23	1633,23	1633,23	1633,23	1633,23
Amortizaciones	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Utilidad Operativa	50493,17	52065,18	53684,52	55352,59	57070,87
Gastos Financieros	5600,00	4752,81	3787,02	2686,01	1430,87
Utilidad Antes De Impuestos	44893,17	47312,37	49897,50	52666,58	55640,01
Base Impositiva	16273,77	17150,74	18087,84	19091,63	20169,50
Utilidad Neta	28619,40	30161,64	31809,66	33574,94	35470,50

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

6.6. FLUJO DE EFECTIVO

El Flujo de Efectivo en TONI'S RIBS AND WINGS, será la salida y entrada de dinero por parte de la Depreciación de los Activos Fijos, por la Amortización de los Activos Diferiros, la Base Impositiva, Los Gastos Financieros y el Pago del Capital de la inversión total antes mencionada. A continuación, se detalla cómo se realizó el cálculo de estos aspectos:

Tabla 40 Depreciación Activos Fijos

Depreciación Activos Fijos			
		% Depreciación	Depreciación
Equipos Industriales/Seguridad	2800	10%	280
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos De Computación	3100	33,33%	1033,23
Muebles Y Enseres	3200	10%	320
Total			1633,23

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 41 Amortizaciones

Amortizaciones			
		Porcentaje Amortización	
Gastos De Constitución	500	20%	100

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Tabla 42 Tabla de Amortización

Tabla de Amortización				
Monto	40000			
Tasa	14%			
Plazo	5			
Periodo	Dividendo	Pago Interés	Pago Capital	Saldo
0	-	-	-	40000
1	11651,34	5.600,00	6.051,34	33.948,66
2	11651,34	4.752,81	6.898,53	27.050,13
3	11651,34	3.787,02	7.864,32	19.185,80
4	11651,34	2.686,01	8.965,33	10.220,48
5	11651,34	1.430,87	10.220,48	0,00

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

Habiendo establecido bien estos aspectos, se puede presentar un esquema del flujo total del efectivo del restaurante proyectado a 5 años. A continuación, se lo presenta detalladamente:

Tabla 43 Flujo de Caja

Flujo De Caja						
	Año					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa		50493,17	52065,18	53684,52	55352,59	57070,87
Depreciación		1633,23	1633,23	1633,23	1633,23	1633,23
Amortización		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
- Base Impositiva		16273,77	17150,74	18087,84	19091,63	20169,50
- Gastos Financieros		5600,00	4752,81	3787,02	2686,01	1430,87
- Pago Capital		6.051,34	6.898,53	7.864,32	8.965,33	10.220,48
= Flujo Neto De Caja	-59477,60	24.301,28	24.996,34	25.678,56	26.342,84	26.983,26

Elaborado por Anthony Galarza Salazar

6.7. VALOR ACTUAL NETO (VAN) Y TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Según Velayos (2017, <https://economipedia.com/>), “El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión”.

El VAN es calculado mediante el Flujo de Caja Anual realizado en el tema anterior, trasladando todas las cantidades futuras a la actualidad menos la inversión. Se dice que el VAN es bueno si es mayor a cero (>0), por lo tanto, en TONI'S RIBS AND WINGS este criterio de inversión tiene factibilidad por obtener 23108,65 dólares.

A su vez, la Tasa Interna de Retorno (TIR), Según Sevilla (2017, <https://economipedia.com/>) “es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto”.

La tasa interna de retorno (TIR) nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, vendrá expresada en tanto por ciento, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. A continuación, se especifican los valores del VAN y el TIR en TONI'S RIBS AND WINGS, los cuales en el tema Evaluación Financiera se relacionarán con otro criterio de inversión importante.

Este último elemento es la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), la cual Corvo (s.f. <https://www.lifeder.com/>) la define como la rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener de una inversión, teniendo en cuenta los riesgos de la inversión y el costo de oportunidad de ejecutarla en lugar de otras inversiones.

Tabla 44 VAN y TIR

VAN	23.108,65	4.879,76
TIR	31,87%	

Fuente: Anthony Galarza Salazar

6.8. PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PRI)

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. (ESAN, 2017, <https://www.esan.edu.pe/>).

Como ya se había planteado anteriormente en los Estados Financieros Proyectados, el Plan de Negocio se estimó en un lapso de 5 años por lo que, la inversión total, tanto el capital financiero como el propio, se recuperaría en la misma cantidad de tiempo.

6.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

El total de la inversión (Capital Propio y Financiero) es de 59477,60 dólares incluyendo los gastos financieros del primer año, con una estructura de 33% y 67% respectivamente, con un porcentaje en el costo de la inversión de 14% para el capital propio y un 15% para el financiero.

El porcentaje del primer caso está compuesto por la tasa pasiva del banco que es lo que la institución financiera otorga por la inversión y el porcentaje del **Riesgo País**, lo cual se define como la cantidad de efectivo que se puede perder en una inversión de un país determinado, en el caso **de Ecuador ha subido significativamente** en el último mes por los problemas económicos mundiales, por lo que actualmente **representa un riesgo realizar cualquier tipo de inversión**.

El presupuesto anual estimado para el pago de todos los haberes del establecimiento conlleva al aumento de inversión financiera que se desea solicitar, pero a la vez previene de cualquier peligro en el entorno empresarial en el que estará situado TONI'S RIBS AND WINGS en ese lapso de tiempo, por ende, **se mantendrá el plan financiero** generado en este capítulo.

Respecto a los Estados Financieros Proyectados y al Flujo de Caja se analizó que: siguiendo las indicaciones del Punto de Equilibrio de Ventas y manteniendo el estándar del valor monetario de comercialización del producto, **el Plan de Negocio para el establecimiento es viable, factible y sustentable**, ya que proveerá de estabilidad económica en el periodo de tiempo previamente establecido para la **recuperación del capital** y la **generación de utilidad**.

Y para finalizar se ha establecido que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) en TONI'S RIBS AND WINGS es de 14,3 %, valor generado mediante la suma de las Tasas de Capital Propio y Financiero. Este valor es menor al TIR en 17,54 % lo cual proyecta rentabilidad y liquidez al proyecto, de modo que, se ha concluido que el Plan de Negocio es económicamente ejecutable.

Tabla 45 TMAR

TIR	31,87%	DIFERENCIA
TMAR	14,33%	17,54 %

Fuente: Anthony Galarza Salazar

CONCLUSIONES

Realizar un Plan de Negocio para un establecimiento de Alimentos y Bebidas otorga una visión más amplia sobre la realidad que viven este tipo de empresas, por lo que ayuda a tomar decisiones acertadas en el manejo de producción, económicas, laborales, legales y sociales del restaurante.

Al momento de incorporar colaboradores y empleados a una de estas microempresas, se debe tener en cuenta que se cuenta con más obligaciones que derechos como empleadores, pero, que tener una planificada cultura organizacional y empresarial ayuda al crecimiento personal y profesional de todos los involucrados ya que establece una cadena de valor de gran nivel.

Una adecuada planificación financiera, correspondiente a la inversión que se realizará para poner en marcha este tipo de proyectos y como se recuperará dicha inversión, ayuda a la permanencia económica de un restaurante, ya que provee de valores mínimos de venta de productos con el fin mantener estable al negocio y poder solventar todos sus haberes.

Gran Parte de los posibles consumidores acuden con mayor frecuencia a restaurantes en donde gustan de comer comida rápida y asados, por lo que la creación de un establecimiento que plantee ofrecer este tipo de servicios combinados es viable para ser ejecutado y puede ser de rentable.

El impacto ambiental generado en establecimientos de Alimentos y Bebidas puede variar dependiendo del giro de negocio, en el caso del proyecto planteado no afectará a gran escala al ambiente si se utilizan guías y planes de manejo ambiental rigurosamente y acorde a la reglamentación interna de la empresa.

RECOMENDACIONES

Planificar, organizar y ejecutar de manera acertada un micro proyecto financiero antes de poner en marcha un establecimiento de Alimentos y Bebidas, esto ayudará a evitar pérdidas económicas y evitará la desestabilidad de la empresa.

Utilizar estrategias de marketing y publicidad BTL para llamar la atención del potencial consumidor, esto ayudará a minimizar los costos por anuncios publicitarios y aumentará las ganancias de ventas.

Verificar uno por uno los requisitos para la obtención de los permisos de funcionamiento de los restaurantes y las obligaciones del empleador para con el empleado, esto evitará inconvenientes legales y laborales.

No darse por vencido antes las amenazas que se le puedan presentar al establecimiento, recordar que éstas suelen venir acompañadas de oportunidades que podrían ser aprovechadas para el crecimiento de la empresa en todo ámbito.

REFERENCIAS

- Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito. (2008). *Guía de Prácticas Ambientales para Restaurantes*. Quito.
- Álvarez, Onésimo. (s.f.). *Los riesgos y las oportunidades principales de las empresas*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.elblogsalmon.com/entorno/los-riesgos-y-las-oportunidades-principales-de-las-empresas>.
- Arturo K. (2013). *La técnica de observación*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>.
- BBVA. (2017). *¿Qué es la inversión?* Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>.
- ColorMake. (2017). *Planificación estratégica Empresarial*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://colormake.com/planificacion-estrategica-empresarial/>.
- Coquillat, Diego. (2018). *Varios Artículos*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.diegocoquillat.com/12-consejos-para-poner-el-nombre-perfecto-a-tu-restaurante/>.
- Corvo, Helmut. (s.f.). *Varios Artículos*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: https://www.lifeder.com/descripcion-empresa/#Descripcion_general_de_la_empresa_resumen.
- Coutinho, Víctor. (2018). *11 objetivos de la mercadotecnia que debes conocer*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://rockcontent.com/es/blog/objetivos-de-la-mercadotecnia/>.
- Ecuador Legal. (2020). *Derechos y Obligaciones del Trabajador y Empleador*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/>.
- ESAN. (2017). *El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>.

- Espinosa, Alberto. (2009). *Filosofía empresarial*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.dinero.com/columnistas/edicion-impresal/articulo/filosofia-empresarial/75465>.
- Flores, Julio. (s.f.). *MICROEMPRESA*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.derechoecuador.com/microempresa>.
- Hermosilla, Mirta. (2015). *Clasificación de las microempresas*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.abc.com.py/edicion-impresal/suplementos/escolar/clasificacion-de-las-microempresas-1349341.html>.
- INEC. (2014). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf.
- Jiménez, A; Cervera, P y Bacardí, Montserrat. (2016.). *TABLA DE COMPOSICIÓN DE ALIMENTOS*.
- Lane, Alistar. (2016). *¿Quieres asegurar el futuro de tu negocio? Prueba con un análisis foda*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://es.shopify.com/blog/75231685-quieres-asegurar-el-futuro-de-tu-negocio-prueba-con-un-analisis-foda>.
- LataxNet. (s.f.). *Información Tributaria*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: http://www.lataxnet.net/partners/Ecuador/ecuador-informacion_tributaria/default.html.
- Marketing XXI. (s.f.). *Marketing en el Siglo XXI*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>.
- Nicuesa, Maite. (2016). *Cuatro tipos de empresa según su tamaño*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://empresariados.com/cuatro-tipos-de-empresa-segun-su-tamano/>.
- Raffino, María. (2019). *Concepto de Microempresa*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://concepto.de/microempresa/>.
- Ranís, Alba. (s.f.). *Microentorno*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://economipedia.com/definiciones/microentorno.html>.

- Retos para Ser Directivos. (2017). *El activo fijo. Tipos y características*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>.
- Riquelme, Matías. (2018). *Capital de Trabajo ¿En qué consiste?* Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.webyempresas.com/capital-de-trabajo/>.
- Sayce. (2020). *Tarifas Sector Alojamiento, Alimentos y Bebidas*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <http://sayce.com.ec/tarifas-sayce/por-comunicacion-publica/tarifas-sector-alojamiento-alimentos-y-bebidas/>.
- Secretaría del Ambiente de Quito. (s.f.). *Plan de Manejo Ambiental Restaurantes*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/images/Secretaria_Ambiente/Calidad_Ambiental/unidad_licenciamiento/PDFs/PMA%20RESTAURANTES_publicaci%C3%B3n.pdf.
- Sevilla, Andrés. (2017). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>.
- SRI. (2020). *Impuesto a la Resta*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-renta#%C2%BFqu%C3%A9-es?>.
- SRI. (2020). *Impuesto al Valor Agregado*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/impuesto-al-valor-agregado-iva>.
- Thompson, Iván. (2006). *Varios Artículos*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>.
- Torres, Eduardo. (2012). *Tipos de empresas y su clasificación*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://es.slideshare.net/eduardoth212/tipos-de-empresas-y-su-clasificacion>.
- Velayos, Víctor. (2017). *Valor actual neto (VAN)*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>.
- YASIO. (2020). *Calorías y valor nutricional por ración*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://www.yazio.com/es/alimentos/>.

ZEUS. (2020). *Permisos de Funcionamiento. Restaurantes*. Recuperado el 23 de marzo del 2020 de: <https://zeus.com.ec/permisos-de-funcionamiento-restaurantes-ventas-de-comidas-quito/>.

ANEXOS

GUÍA PARA SOLICITUD DE LUAE



INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
RUC / RISE:	Nombre Comercial:		
Establecimiento No.:	Principal:	Sucursal:	Patente / RAET:
Actividad Económica:	Predio No.:	Área útil del establecimiento (m2)	
¿Cuenta en su establecimiento con máquinas de juegos electrónicos y/o mecánicos? Si: ☐ No: ☐			
PERSONA NATURAL			
C.C. / Pasaporte:	Nombres y Apellidos:		
PERSONA JURÍDICA			
C.C. / Pasaporte	Nombres y Apellidos		
Repr. Legal:	Repr. Legal		
Fecha Nombramiento	Razón Social		
Repr. Legal:			
IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)			
(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación del establecimiento).			
Texto del rótulo		Ubicación del rótulo	
Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de material
Adosado a la fachada frontal		Adosado a la pared medianera	
Adosado a la pared lateral		Adosado a la pared lateral	
Tamaño de la fachada		Tamaño de la fachada	
Adosado a la fachada frontal		Adosado a la pared medianera	
Adosado a la pared lateral		Adosado a la pared lateral	
Local		Local	
Propio		Propio	
Arrendado		Arrendado	
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Parroquia	Galle principal	Número	Galle secundaria
Sector o Referencia para ubicación		Piso	Oficina / Departamento
Edificio			
Teléfono 1	Teléfono 2	e-mail	Horario de atención

FORMULARIO UNO POR MIL			
[PERSONAS NATURALES]			
FORMULARIO PARA APLICACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DEL UNO POR MIL DE LOS ACTIVOS FIJOS			
BASE LEGAL: Art. 39 Literal "a" Ley de Turismo, Registro Oficial 733-Suplemento			
de 27 de diciembre de 2002, modificado el 29 de diciembre de 2014.			
Art. 78 del Reglamento de aplicación a la Ley de Turismo, Registro Oficial de 5 de enero del 2004			
AÑO DE OBLIGACIÓN DE PAGO		AÑO FISCAL	
RAZÓN SOCIAL			
RUC			
DIRECCIÓN			
NÚMERO DE REGISTRO			
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN Y ACTIVOS BIOLÓGICOS		ACTIVO FIJO INTANGIBLE *	
TERRENOS		MARCAS, PATENTES, LICENCIAS Y OTROS SIMILARES	
INMUEBLES (EXCEPTO TERRENOS)		(-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES	
CONSTRUCCIONES EN CURSO		TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLE (B)	
MUEBLES Y ENSERES		BASE IMPONIBLE CONTRIBUCIÓN UNO POR MIL (A+B)	
MAQUINARIA, EQUIPO E INSTALACIONES		CONTRIBUCIÓN CAUSADA UNO POR MIL	
NAVES, AERONAVES, BARCAZAS Y SIMILARES		RECARGOS POR MORA	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE		MULTAS	
VEHÍCULOS, EQUIPOS DE TRANSPORTE Y CAMBIERO MÓVIL		TOTAL A PAGAR	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO		ESPACIO PARA SELLOS	
OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO			
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO			
(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO			
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN Y ACTIVOS BIOLÓGICOS (A)			
Declaro bajo juramento que los datos consignados en el presente formulario reflejan la realidad y autorizo al Ministerio de Turismo a verificar el contenido de esta declaración en cualquier momento, al tiempo que me sujeto, a las sanciones previstas en la ley en el caso de falsedad o perjurio.			
Nombre del Declarante			
C.C.			
Firma			

* NIC 38 ACTIVOS INTANGIBLES

Versión 2 18-08-2016



GAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN O ACTUALIZACIÓN
DEL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS TRIBUTARIAS – RAET (PATENTE)
PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD

DD/MM/AAAA

Fecha:

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	
APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
FECHA DE FIN DE ACTIVIDADES:	

INSCRIPCIÓN:

ACTUALIZACIÓN:

En caso de inscripción llenar todos los campos del formulario, en caso de actualización, llenar solo los campos que se requiera actualizar información.

B. DATOS DE UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	
PROVINCIA:	CANTÓN:
PARROQUIA:	BARRIO:
CALLE PRINCIPAL:	No:
CALLE SECUNDARIA:	
REFERENCIA DE UBICACIÓN:	
CORREO ELECTRÓNICO:	TELÉFONO:
	CEL:

C. DATOS DEL DOMICILIO TRIBUTARIO DEL CONTRIBUYENTE (ESTABLECIMIENTO MATRIZ)	
NO. ESTABLECIMIENTO:	PROVINCIA:
CANTÓN:	PARROQUIA:
BARRIO:	
CALLE PRINCIPAL:	No:
CALLE SECUNDARIA:	
CONJUNTO:	EDIFICIO:
MANZANA:	VÍA:
REFERENCIA DE UBICACIÓN:	PISO:
CORREO ELECTRÓNICO:	KM:
	TELÉFONOS: 1 2

D. ESTABLECIMIENTOS EN EL CANTÓN QUITO	
NO. ESTABLECIMIENTO:	PARROQUIA:
BARRIO:	
CALLE PRINCIPAL:	No:
CALLE SECUNDARIA:	
CONJUNTO:	EDIFICIO:
MANZANA:	VÍA:
REFERENCIA DE UBICACIÓN:	PISO:
CORREO ELECTRÓNICO:	KM:
	TELÉFONOS: 1 2

Usar la información de al menos uno de los establecimientos ubicados en el Cantón Quito.

E. EN CASO DE ARTESANOS CALIFICADOS POR LA JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO	
Nº. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

FECHA DE EXPEDICIÓN DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

F. EN CASO DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES CON UN PORCENTAJE IGUAL O MAYOR AL 30%	
Nº. DE CARNE DE CONADO O MINISTERIO DE SALUD:	
FECHA DE CADUCIDAD:	
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	

G. AUTORIZACIÓN TERCERAS PERSONAS	
Autorizo al señor/a _____ con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No. _____, para que realice la inscripción o Actualización registrado en este formulario.	

DECLARO QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN ESTE DOCUMENTO ES EXACTA Y VERDADERA, POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD LEGAL QUE DE ELLA SE DERIVE. (Art. 97 del Código Tributario.)

Firma del Contribuyente / Apoderado

Nombres y Apellidos: _____

Cédula / Pasaporte: _____

ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS, RECREACIÓN DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO, CENTRO DE CONVENCIONES

Fecha:			
Yo, _____, en calidad de representante legal o propietario, solicito a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar, tipificar y registrar al establecimiento turístico, cuyas características son las siguientes:			
Razón Social:			
Nombre del establecimiento:			
Registro Único de Contribuyentes:		Local B:	
Trámite de licenciamiento (LUAE):			
UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Adm. Zonal:	Parroquia:		
Calle Principal:	N°:		
Calle Transversal:	Referencia:		
Teléfono:	Email:		
Página web:	Celular:		
Horario de atención:			
CROQUIS			
ACTIVIDAD TURÍSTICA			
Alojamiento		Alimentos y Bebidas	
Recreación, diversión y esparcimiento, parques de atracciones estables (sales de recreación y parques, pistas de patinaje, ferias y bañeros, centros de recreación turística)		Centros de convenciones, organizadores de eventos, congresos y convenciones	
DECLARACIÓN JURAMENTADA			
Yo, _____ por mis propios derechos como Representante Legal o Propietario del establecimiento, identificado (mis datos, según lo que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico «Quito Turismo», provea con los datos socioeconómicos y de identificación) con los datos de identificación de este establecimiento turístico vigente. Declaro que la información que proporciono es verídica y me comprometo a cumplir con las disposiciones correspondientes a la normativa metropolitana y nacional vigentes.			
Firma: _____ Representante Legal o Propietario del Establecimiento C.I. / Pasaporte No. _____			

No.	REQUISITOS	PERSONA NATURAL	PERSONA JURÍDICA
1.	Cumplimiento de los requisitos (de acuerdo a actividad turística), descargar en: www.quito-turismo.gob.ec	✓	✓
2.	Todos los documentos deben estar actualizados.	✓	✓
3.	En el caso de que el establecimiento funcione en una Zona Especial Turística (Refractario o Centro Histórico), deberá cumplir los requisitos contemplados en la normativa turística vigente. Descargar en: www.quito-turismo.gob.ec	✓	✓
4.	Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatutos.		✓
5.	Copia del nombramiento del representante legal (documento inscrito en el Registro Mercantil).		✓
6.	Copia legible y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC). La información constante en el Trámite de registro de la Empresa Metropolitana (Caja de Actividades Económicas LUAE) y Registro Único de Contribuyentes (RUC), deberá coincidir tanto en el nombre comercial, actividad económica, dirección, representante legal y razón social.	✓	✓
7.	Copia legible y actualizada (SO-010) del Certificado Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) de no encontrarse registrado la razón o denominación social o nombre comercial. Dirección: SENADI, Av. República y Diego de Almagro - Edificio SCORPA (en Plaza). Se recomienda al usuario consultar en Quito Turismo, la verificación de la razón o denominación social o nombre comercial, mismo que será verificado en el Sistema de Catastro y Sistema Integrado de Información Turística (SIT) para emitir la respectiva contribución con nombre de establecimiento ya registrado. (Según Art. 43 del Reglamento General a la Ley de Turismo)	✓	✓
8.	Copia del inventario valorado y/o balance de la empresa firmado por el propietario o representante legal.	✓	✓
9.	Copia del formulario de declaración de actividad fija para la concesión del UNO POR M2. Para realizar esta concesión deberán acercarse a la Dirección Financiera del Ministerio de Turismo ubicada en la calle Briceño 13-24 y Guayaquil, Edificio La Guayana.	✓	✓
10.	Copia del formulario de asignación de la destinación de actividad fija para la concesión del UNO POR M2, en los establecimientos de Quito Turismo.	✓	✓

Nota:

- Los documentos deben ser actualizados.
- En caso de que el trámite lo realice una persona ajena al usuario, debe adjuntarse una autorización del propietario o representante legal.

Procedimiento:

- Ingresar a la documentación en los sitios Web de Quito Turismo (usuario).
- Se realizará la verificación del RUC y establecimiento, siendo se informará al usuario sobre la actividad turística, tipo y categoría en la que se registra el establecimiento (Quito Turismo).
- El usuario podrá emitir el Registro Turístico en Quito Turismo, 10 días posteriores a la emisión del informe de verificación de conformidad, con la copia de la solicitud de registro de la actividad económica (usuario).
- El sector de la Zona de Turismo, se acercará a ver en el establecimiento, cuando las condiciones de los datos de los componentes de la Zona de Turismo (de la zona para el Ejercicio de Actividades Económicas "LUAE" (Quito Turismo) - Municipio de Quito).
- Verificar el sector de Turismo en el sistema de control municipal: <http://www.quito-turismo.gob.ec/Procesos/ActividadesEconomicas/ActividadesEconomicas.aspx> entre otros, se realizará en las instituciones.
- Una vez que se haya verificado la documentación y se haya emitido el informe de verificación (usuario).
- Se recomienda que para retirar la LUAE en la Administración Zonal correspondiente deberá cumplir con la aprobación de los componentes (usuario). Para mayor información puede contactarse al 2993300 ext. 3305 / 3306.