



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“Estudio de factibilidad para la Implementación de comida rápida
supliendo un producto carbohidrato por un valor nutricional como el
plátano verde en la ciudad de Quito en el sector Centro Sur, Barrio las
5 Esquinas”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración**

AUTORA:

Gabriela Fernanda Toscano Yagloa

TUTORA:

MSc. Noemy Sandoval

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado primero a Dios por no dejarme vencer, ni rendirme y seguir adelante en cumplir esta meta; a mis hijos, Ismael y Paula, quienes compartieron mis noches de desvelos pero que rindieron frutos hoy. Gracias, mis amores

A mi madre, Susana, por su apoyo incondicional por sus palabras de aliento y además a mis hermanos, Alejandro y Eduardo, que de una forma u otra me ayudaron en lo académico con sus conocimientos.

Gracias familia, por estar siempre a mi lado y ser todo corazón

Gabriela Fernanda Toscano Yagloa

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los maestros de cada cátedra impartida que me llenaron de conocimientos nuevos e interesantes que ahora están reflejados en mi tesis.

A Katherine Suárez por las noches que terminaban en madrugadas realizando las tareas, tesis, apoyándonos siempre.

Por último, a la persona de gran corazón que me enseñó a que puedo llegar a donde me lo proponga, le agradezco por impulsarme en esta gran meta de que nunca es tarde para superarse profesionalmente.

Gracias, Jaime Eduardo Jiménez.

Gabriela Fernanda Toscano Yagloa

AUTORÍA

Yo, Gabriela Fernanda Toscano Yagloa, autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Gabriela Fernanda Toscano Yagloa

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

MSc. Noemy Sandoval

Tutora de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

MSc. Noemy Sandoval

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

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: La **MSc. Noemy Sandoval** y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y el Sra. Gabriela Fernanda Toscano Yagloa por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - La Sra. Gabriela Fernanda Toscano Yagloa realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Estudio de factibilidad para la Implementación de comida rápida supliendo un producto carbohidrato por un valor nutricional como el plátano verde en la ciudad de Quito en el sector Centro Sur, Barrio las 5 Esquinas”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **MSc. Noemy Sandoval**.

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

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Noemy Sandoval** en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera y la Sra. Gabriela Fernanda Toscano Yagloa 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: **“Proyecto de factibilidad para la Implementación de comida rápida supliendo productos carbohidratos por un valor nutricional como el plátano verde en la ciudad de Quito en el sector Centro Sur, Barrio las 5 Esquinas”**, 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. Noemy Sandoval

Gabriela Fernanda Toscano Y.

D.M. Quito, 15 de septiembre 2021

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN.....	15
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	17
2.1 Creación de la empresa	17
2.2 Descripción de la empresa.....	17
2.2.1 Importancia.	17
2.2.2 Características.....	18
2.2.3 Actividad.....	19
2.3 Tamaño de la empresa.....	19
2.4 Necesidades que satisfacer	20
2.4.1 Necesidad Fisiológica.	21
2.4.2 Necesidad de Seguridad.....	21
2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.....	21
2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.	22
2.4.5 Necesidad de Autorrealización.	22
2.5 Localización de la empresa	22
2.6 Filosofía empresarial	23
2.6.1 Misión.	23
2.6.2 Visión.....	23
2.6.3 Objetivos.....	24

2.6.4 Meta.	24
2.6.5 Estrategias.	25
2.6.6 Políticas.	25
2.6.7 FODA.	26
2.7 Desarrollo organizacional	28
2.7.1 Tipo de Estructura.	28
2.7.2 Formalización.	28
2.7.3 Centralización – Descentralización.	29
2.7.4 Integración.	29
2.7.5 Procesos de Burger Green.	29
2. 8 Organigrama empresarial.....	31
2.9 Funciones del personal	31
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	35
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	35
3.2 Investigación de mercado	35
3.2.1 Modalidad.	35
3.3 Plan de Muestreo	36
3.4 Análisis de las encuestas	37
3.4.1 Análisis General.	51
3.5 Entorno empresarial.....	52
3.5.1 Microentorno.	52
3.5.2 Macroentorno.....	57
3.6 Producto y servicio.....	59
3.6.1 Producto Esencial.....	59
3.6.2 Producto real.	60
3.6. 3 Características.	60
3.6.4 Calidad.	61
3.6.5 Estilo.	61
3.6.6 Marca.	61
3.6.7 Producto aumentado.....	62
3.7 Plan de introducción al mercado	63
3.7.1 Distintivos y Uniformes	63

3.7.2 Materiales de identificación	66
3.7.3 Punto de venta.....	70
3.7.4 Riesgo y oportunidades del negocio	72
3.8 Fijación de Precios	73
3.8.1 Fijación de precios por receta estándar.	73
3.9 Implementación del negocio.....	76
3.10 Estudio arquitectónico.....	80
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	81
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	85
5.1 Objetivo de área	85
5.2 Estrategias	85
5.3 Impacto ambiental	86
5.4 Impacto social.....	87
6. PROCESO FINANCIERO.....	88
6.1 Introducción	88
6.2 Inversiones.....	88
6.3 Activos Fijos	88
6.4 Activos diferidos.....	89
6.5 Capital de trabajo	89
6.6 Sueldos	90
6.7 Depreciación activos fijos.....	91
6.8 Amortizaciones.....	91
6.9 Estructura de capital	92
6.10 Tabla de amortización	92
6.11 Punto de equilibrio.....	93
6.12 Costo de ventas.....	94
6.13 Flujo de caja	95

6.14 Cálculo del TIR y el VAN.....	95
6.14.1. VAN (Valor Actual Neto).....	95
6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)	96
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
7.1 Conclusiones.....	97
7.2 Recomendaciones	98
7.3 Anexos.....	100
8. BIBLIOGRAFÍA	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Méritos aspectos a considerar. Administrador.....	33
Tabla N° 2 Méritos aspectos a coniderar. Ayudandte de cocina.....	34
Tabla N° 3 Méritos aspectos a considerar. Cajero.....	35
Tabla N° 4 Pregunta de información I. Residencia	38
Tabla N° 5 Pregunta de información II. Sexo	39
Tabla N° 6 Pregunta de información III. Edad	40
Tabla N° 7 Pregunta 1.....	41
Tabla N° 8 Pregunta 2.....	42
Tabla N° 9 Pregunta 3.....	43
Tabla N° 10 Pregunta 4.....	44
Tabla N° 11 Pregunta 5.....	45
Tabla N° 12 Pregunta 6.....	46
Tabla N° 13 Pregunta 7.....	47
Tabla N° 14 Pregunta 8.....	48
Tabla N° 15 Pregunta 9.....	49
Tabla N° 16 Pregunta 10.....	50
Tabla N° 17 Pregunta 11.....	51
Tabla N° 18 Proveedores.....	56
Tabla N° 19 Financiamiento publicidad.....	72
Tabla N° 20 Hamburguesa B-Green Queso, receta estándar de costos I.....	75
Tabla N° 21 Hamburguesa B-Green Queso, receta estándar de costos II	76
Tabla N° 22 Arriendo de local.....	77

Tabla N° 23 Equipos Industriales	77
Tabla N° 24 Equipos de Computación	78

xi

Tabla N° 25 Muebles y encerres.....	78
Tabla N° 26 Equipos industriales de Seguridad	79
Tabla N° 27 Suministros de Oficina.....	79
Tabla N° 28 Servicio Básicos.....	80
Tabla N° 29 Materiales de Limpieza	80
Tabla N° 30 Activos Fijos.....	89
Tabla N° 31 Activos Diferidos	90
Tabla N° 32 Capital de Trabajo. Anual.....	90
Tabla N° 33 Total de Inversión	90
Tabla N° 34 Sueldos.....	91
Tabla N° 35 Décimos	91
Tabla N° 36 Sueldos totales	91
Tabla N° 37 Depreciación Activos Fijos	92
Tabla N° 38 Amortizaciones.....	92
Tabla N° 39 Estructura de Capital.....	93
Tabla N° 40 Amortización de Crédito.....	93
Tabla N° 41 Datos Punto de equilibrio	93
Tabla N° 42 Margen de contribución	94
Tabla N° 43 Punto de equilibrio.....	94
Tabla N° 44 Ventas / Costos	94
Tabla N° 45 Costos de Ventas	95
Tabla N° 46 Flujo de Caja	96
Tabla N° 47 VAN / TIR	97

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración N°1 Pirámide de Maslow.....</i>	<i>21</i>
<i>Ilustración N°2 Ubicación Burger Green.....</i>	<i>24</i>
<i>Ilustración N°3 Organigrama Microempres Burger Green</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración N°4 Pregunta de inforamción I, Residencia</i>	<i>38</i>
<i>Ilustración N°5 Pregunta de información II, Sexo.....</i>	<i>39</i>
<i>Ilustración N°6 Pregunta de información III, Edad.....</i>	<i>40</i>
<i>Ilustración N°7 Pregunta , gráfico circular</i>	<i>41</i>
<i>Ilustración N°8 Pregunta 2, gráfico circular</i>	<i>42</i>
<i>Ilustración N°9 Pregunta 3, gráfico circular</i>	<i>43</i>
<i>Ilustración N°10 Pregunta 4, gráfico circular</i>	<i>44</i>
<i>Ilustración N°11 Pregunta 5, gráfico circular</i>	<i>45</i>
<i>Ilustración N°12 Pregunta 6, gráfico circular</i>	<i>46</i>
<i>Ilustración N°13 Pregunta 7, gráfco circular</i>	<i>47</i>
<i>Ilustración N°14 Pregunta 8, gráfico circular</i>	<i>48</i>
<i>Ilustración N°15 Pregunto 9, gráfico circilar</i>	<i>49</i>
<i>Ilustración N°16 Pregunta 10, gráfico circular</i>	<i>50</i>
<i>Ilustración N°17 Pregunta 11, gráfico circular</i>	<i>51</i>
<i>Ilustración N°18 Esquema Microentorno Proveedores</i>	<i>53</i>
<i>Ilustración N°19 Ubicación Burger Green.....</i>	<i>54</i>
<i>Ilustración N°20 Esquema Macroentorno Burger Green</i>	<i>58</i>
<i>Ilustración N°21 Diseño uniforme unisex Admistrador</i>	<i>64</i>

<i>Ilustración N°22 Diseño uniforme unisex Ayudante de Cocina</i>	<i>65</i>
--	------------------

<i>Ilustración N°23 Diseño uniforme unisex Cajera.....</i>	<i>66</i>
<i>Ilustración N°24 Imagotipo Burger Green.....</i>	<i>67</i>
<i>Ilustración N°25 Anverso tarjeta de presentación</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración N°26 Reverso tarjeta de presentación.....</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración N°27 Hoja membretada.....</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración N°28 Páginas de Facebook e Instagram</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración N°29 Estructura del establecimiento</i>	<i>81</i>

“Estudio de factibilidad para la Implementación de comida rápida supliendo productos carbohidratos por un valor nutricional como el plátano verde en la ciudad de Quito en el sector Centro Sur, Barrio las 5 Esquinas”

Gabriela Fernanda Toscano Yagloa

MSc. Noemy Sandoval

D.M. Quito 15 de septiembre 2021

RESUMEN

Para poner en marcha el funcionamiento de un emprendimiento o proyecto lo más importante es el uso de un plan de negocios una herramienta fundamental para alcanzar el éxito de una empresa o negocio ya que constituye el pilar fundamental para el inicio de las actividades, razón importante de poner en práctica este **Estudio de factibilidad para la Implementación de comida rápida supliendo un producto carbohidrato por un valor nutricional como el plátano verde en la ciudad de Quito sector Centro Sur, Barrio las 5 Esquinas**, con el fin de agregar con el desarrollo organizacional del negocio en estudio.

El presente trabajo nace de la necesidad de buscar y cuidar de la salud, ya que en estos tiempos nuestra salud es lo primordial y que mejor si es alimentándose con comida rápida de cocción inmediata pero que cuiden y nutran nuestro cuerpo con productos naturales, y tradicionales de nuestro Ecuador.

Partiendo de esta ideología se plantea la creación de una hamburguesa saludable con el objetivo de satisfacer una necesidad importante como es la alimentación, analizando la ubicación, competidores y de las dificultades o facilidades que presenta el mercado de la comida rápida, al igual de la aceptación que tenga, al proponer un producto tradicional como es la Hamburguesa pero con una característica única y original que es la cocción de la carne 100% a la parrilla sustituyendo el pan por una tortilla de plátano verde y acompañada de una salsa de tomate de árbol que será un gran distintivo de nuestra microempresa y dando un valor nutricional por el uso de productos sin aditivos ni conservantes. Todo lo antes mencionado proporcionará una visión de lo que se busca para poder responder a dos interrogantes: ¿quiénes somos?, y ¿a dónde vamos?, lo que permite definir a la organización empresarial con la ayuda de los colaboradores que tendrán bien definidos sus

responsabilidades para los cuales han sido contratados y que así vaya de la mano para entregar un producto y servicio de calidad; objetivos que se cumplirá con la implementación de estrategias y políticas realizables a lo estudiado.

Para llevar a cabo la ejecución de este proyecto se ha realizado un estudio de mercado con un análisis analítico y estadístico que ayuda a determinar la factibilidad por medio de encuestas dirigidas a un mercado objetivo que serán posibles clientes y que junto con las necesidades requeridas, siendo esto de gran aporte para conocer la aceptación que tendrá las Hamburguesas con el ingrediente del plátano verde. Además de conocer su entorno interno y externo de la microempresa dependerá mucho de su ubicación ya que así sabremos de la competencia, los proveedores y de los factores políticos, legales, económicos y socioculturales que influyen para el desenvolvimiento; de igual manera se ha identificado el uso de herramientas web como las redes sociales donde se llega más rápido al público objetivo y que ayudara al manejo de una imagen de ofertar un producto saludable con la medidas de bioseguridad que el caso lo amerita al manipular alimentos.

La formalidad de nuestra microempresa es importante ya que se deben conocer los requisitos para el registro de la actividad de este negocio y de las responsabilidades que conlleva, además de contar con los permisos de ley para su funcionamiento como patente, bomberos, LUAE entre otros. Otro aspecto por considerar es la distribución que tendrá nuestra microempresa con un estudio arquitectónico que permite observar el diseño de los espacios destinados para los equipos, muebles y enceres, del capital de trabajo y sobre todo de los clientes que darán un ambiente confortable.

Y como último punto y creo el más importante es el Financiero que determina la inversión inicial con la que contaremos para poner en marcha este Estudio, mismo que abarca para el uso de los diferentes elementos que ayudarán para el inicio de actividades como lo son: activos fijos, diferidos, sueldos, capital de trabajo y el financiamiento en entidades bancarias. Posteriormente también se identificarán las proyecciones de ventas y del flujo de caja que esta para cinco años, tiempo que contribuye para hacer una evaluación de viabilidad y factibilidad que tendrá el proyecto.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia.

Hoy en día se debe descubrir que la cocina es un arte que satisface las necesidades en todos los niveles sin distinción de edad ni estatus económico, ya que lo que se desea es reducir los tiempos para la preparación de alimentos por lo que se recurre a la Comida Rápida. Estas palabras son vinculadas muchas veces con comida dañina para la salud y por esa es importante tratar de relacionarla con nutrición y salud gracias a la base del menú que es el plátano verde. El negocio de las comidas rápidas dejó de ser un negocio informal, he ahí donde nace la oportunidad de un negocio pues se ofrecerá alimentos sanos de fácil y rápida elaboración. Con ello se busca dar a conocer productos a la parrilla para brindar un excelente servicio.

La importancia de este estará enfocada a satisfacer la necesidad del consumidor final (cliente) brindándole un producto con un toque único y diferente a las demás hamburguesas que será hacerla con una tortilla de verde (que sustituirá al pan) mismo proceso se consigue al cocinar el verde, luego aplastar con un rodillo hasta conseguir una mezcla homogénea sin grumos como una consistencia chiclosa, para finalizar se dará la forma de una pastilla de un diámetro de 13 cm con una altura de un cm para un fácil asado a la plancha, el mismo que le dará un toque de sabor inigualable, pero tampoco dejar a un lado lo tradicional del pan; todo esto será en ambiente familiar, confortable cuidando del servicio y calidad, mediante el uso de materia prima, procedimientos de primera y esto se verá reflejado en la variedad de productos en hamburguesas a la parrilla.

2.2.2 Características.

Rentabilidad: Burger Green está relacionado con todo el entorno del restaurant como la materia prima, el diseño del menú, la relación entre comprador-proveedor, el manejo del recurso humano y el espacio físico pues son pilares fundamentales que ayudaran a mantener el éxito de las decisiones que se tomen a futuro.

Valor Agregado (servicio, calidad y producto): Burger Green considera que su mayor éxito se basará en un servicio único e importante que le dé a cada cliente presentando un producto de calidad al usar su ingrediente icónico del plátano verde y que todas sus carnes solo será a la parrilla dando un sabor inigualable para realzar el menú.

Satisfacer una necesidad: Burger Green centra en la experiencia del cliente desde que ingresa al restaurante para mantener una comunicación o interacción para ofrecerle productos de acuerdo con sus gustos combinando con un ambiente de iluminación, música y decoración temática que desea transmitir el tipo de comida que ofrecerá, sin dejar a un lado la tecnología a través de una conexión a Wifi y a su vez tener la pericia para solución de problemas y quejas de los clientes.

Dimensión del mercado y competidores: Burger Green considera que el mercado es grande a donde se va a dirigir, pero mas no imposible pues se realiza investigaciones del crecimiento del mercado en lo que refiere en restaurantes de comida rápida y la innovación de nuevos productos que permitirá a la empresa situarse por encima de la competencia manteniendo la originalidad en lo nutricional valiéndonos de lo tradicional de una hamburguesa cien por ciento a la parrilla.

Equipo de trabajo: Burger Green considera que el capital de trabajo es lo fundamental pues ya no se considera como un recurso que se usa sino más bien se da un valor que aumente

a través de acciones como una capacitación continua para la mejora en el manejo y lo mantengan dentro del negocio o restaurant.

Protocolo de Bioseguridad: Burger Green valora el implementar de un Plan de Protocolo de Bioseguridad tanto para clientes y colaboradores pues esta pandemia ha cambiado la relación de convivencia y más aún cuando se trata de la manipulación de alimentos que es más rígida en todos los campos desde su pedido, preparación y entrega al cliente.

2.2.3 Actividad.

Burger Green donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados, en este establecimiento de servicio se comercializa bebidas alcohólicas y no alcohólicas, específicamente un restaurante de comida rápida que ofrece comida para servirse y para llevar, así como fuentes de sodas y venta restringida de bebidas alcohólicas.

2.3 Tamaño de la empresa.

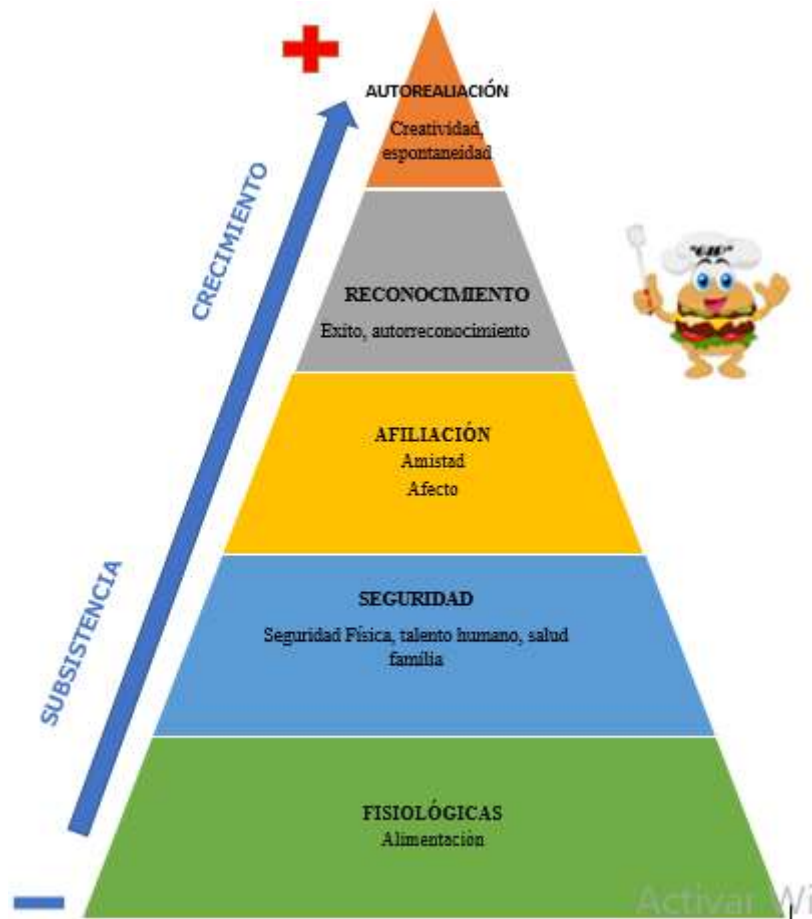
Burger Green es una microempresa que componer con cuatro áreas: área gerencial, área de compras, área de producción y área de operaciones.

La empresa contará con:

- Gerente
- Ayudante de cocina.
- Cajero/a

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



(Toscano, 2021) Pirámide de Maslow

2.4.1 Necesidad Fisiológica.

Es satisfacer las necesidades de los clientes con productos de calidad, mediante una alimentación sana baja en colesterol y segura en proporcionar los nutrientes que necesita el cuerpo en su dieta diaria.

2.4.2 Necesidad de Seguridad.

Ofrecer un ambiente limpio y ordenado para los ojos del cliente e implementar medidas de bioseguridad en cada proceso desde la venta hasta que se entrega el producto final al cliente. Todo esto se cubrirá con la correcta aplicación de BPM (Buenas Prácticas de Manipulación) y Normas de Higiene impartidas al personal que lo empleará desde que se realice la compra de materia prima, almacenamiento y venta de nuestros productos para precautelar la inocuidad¹ en todos los aspectos que encierra el rol del restaurante de comida rápida.

Además, brinda la seguridad en todos los roles que tome la microempresa con los colaboradores que estarán enmarcados en las leyes y reglamentos vigentes en el Ecuador ya que siempre se precautela el bienestar físico, emocional y mental. Toda la responsabilidad que la microempresa mantenga con lo colaboradores será plasmada en un Contrato donde se detalle cada una de las actividades como empleador y trabajar mismo que se rige bajo la ley.

2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.

Brindar la calidez en la atención como que se trate de la familia de uno y acogedor que al comer sea como en casa, donde él sea único y especial.

Para centrarse en estas líneas Burger Green considera que la vinculación de los colaboradores con la microempresa debe ser crear empatía mediante relaciones interpersonales como charlas de motivación, dinámicas grupales con el objetivo de brindar un ambiente laboral excelente que se verán retribuidas en las acciones y tareas que cumplan al realizar sus labores diarias y más aún que se las trasmitan a los clientes con quienes se crea

¹ Inocuidad: se refiere a la existencia y control de peligros asociados a los productos destinados para el consumo humano a través de la ingestión alimentos.

la relación empresa-clientes donde se da conocer el calor humano durante la estancia en nuestro restaurante.

2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.

Burger Green impulsa firmemente en la innovación y creación no tan solo en producto sino también en la capacitación de los colaboradores en nuevas tendencias en la cocina, recetas en comida rápida y así mejorar el menú ya que es la presentación de la microempresa es para cumplir las necesidades del público al que se dirige.

2.4.5 Necesidad de Autorrealización.

Burger Green logrará consolidarse como una microempresa reconocida por su alta calidad en hamburguesas 100% a la parrilla utilizando su producto estrella el plátano verde que será del reconocimiento y la originalidad de los platos que será el deleite de todos, gracias a la colaboración y buen desempeño de los trabajadores. Además, al cumplir con los primeros niveles lograré que mi clientela sea fiel a mi producto, al local y lograr el reconocimiento en mi localidad o sector.

2.5 Localización de la empresa

Burger Green se localizará en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el Sur-centro de la ciudad, barrio Chimbacalle, sector las Cinco Esquinas, en las calles Juan de Alcázar y Diego de García.

Ilustración 2. Ubicación.



(Toscano, 2021) Ubicación. Recuperado de Google maps.

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión.

Somos un restaurante de comida rápida dedicado producir alimentos saludables con estándares de calidad y prestando un servicio de primera, con los productos más selectos y frescos, los que van de la mano con el precio en un ambiente familiar donde ellos son lo más importante.

2.6.2 Visión.

En el 2026, seremos un restaurante comprometido con la comida fresca y de calidad, sirviendo a la familia productos de gran sabor a la parrilla, con una actitud de servicio, tiempo exacto de entrega gracias a nuestro personal capacitado para asegurar la lealtad de nuestros

clientes, para llegar a posesionar en el mercado con procedimientos de calidad, servicio y precio.

2.6.3 Objetivos.

Diseñar un plan de negocio para creación e implementación de un local de comida rápida supliendo algunos productos de carbohidratos con el plátano verde en la ciudad de Quito en el sector Sur- Centro, Barrio las Cinco Esquinas.

- Conocer el monto de inversión para poner en marcha del proyecto y establecer la viabilidad financiera
- Diseñar estrategias de marketing para la introducción de mis productos en el mercado de Quito.
- Analizar los proveedores adecuados de acuerdo con la ubicación geográfica para el manejo óptimo de mi emprendimiento en el mercado
- Llegar a ser reconocida por mis clientes al satisfacerlos con el sabor de mis productos, quienes son el punto clave del negocio, al elaborar en el momento de su orden manteniendo la frescura. (CALIDAD)
- Hacer que el cliente se sienta importante al mantener un lugar limpio y ordenado. (SERVICIO)
- Tener PRECIOS acorde a un estudio del mercado y así garantizar mi ganancia.

2.6.4 Meta.

Llegar a ser un restaurant reconocido por mis clientes posicionándome en tres meses en redes sociales ofreciendo una buena experiencia, mantener el contacto y ganarse la confianza. Ya que se enfatizará en satisfacerlos con el sabor de mis productos, al elaborar en el momento de su orden manteniendo la frescura.

Además, crear campañas y descuentos en nuestros menús o en ocasiones especiales en nuestra página de Facebook e Instagram mensualmente y que incrementara mis ventas en

un 10% para la sostenibilidad de la empresa y generar ingresos para llevar a cabo con las obligaciones adquiridas con los trabajadores y con los entes regulación.

2.6.5 Estrategias.

- Calidad en el servicio y producto: Posicionamiento de la marca con innovación al incrementar trimestralmente en capacitaciones para el servicio al cliente, menú y proceso de comunicación en cada una de las áreas de la microempresa.
- Satisfacción al cliente: Incrementar la visita de nuestros clientes mediante promociones, actividades especiales en fechas festivas, crear la lealtad con los clientes atreves de sorteos y sobre todo implementar “ACTIVA GIP” buzón de quejas y recomendaciones para dar una solución inmediata.
- Precio: Optimizar los recursos, políticas de fijación de precios con los proveedores que garanticen la relación de calidad-precio y de igual manera relacionar costo producción y precio final.

2.6.6 Políticas.

Los trabajadores.

- Tratar al cliente con la mejor actitud y calidad de servicio
- Tener un buen trato y respeto con jefes y compañeros
- Nunca ser deshonesto ni permitir la deshonestidad en tu equipo de trabajo
- Practicar la cultura del buen trato
- Ser humilde para aceptar las observaciones y para aprender de los errores
- Ser receptivo y valores de juicio o percepción de los demás
- Escuchar y hablar con empatía
- Actuar positivamente hacia el trabajar

La empresa.

- Proporcionar espacios adecuados para trabajar, equipos y utensilios en buen estado para su uso que ayuden en la preparación de los alimentos

- Entregar uniformes adecuados para el cumplimiento de su trabajo diario.
- Capacitar al personal en el uso de equipos, utensilios, los procesos para la elaboración de las hamburguesas.
- Entregar un manual de cómo manejar protocolos de bioseguridad, BPM y normas de higiene.
- Dar a conocer de las políticas, obligaciones sociales y jurídicas con los colaboradores, proveedores y el estado e igual forma cumplir con ellas.
- Lograr que los procesos avancen de manera ágil y eficiente.
- Brindar un trato justo a cliente con sus reclamos o sugerencias, pero siguiendo o lineamientos de la empresa.
- Mantener un comportamiento ético entre todos los integrantes de la empresa.
- Definir por escrito todos los requerimientos y los tiempos de respuesta tanto externa e interna.

2.6.7 FODA.

Fortalezas.

- * Conocer de los procedimientos con las materias primas y manejar estándares de calidad con productos naturales.
- * Crear e innovar menús que combinen carnes a la parrilla y el plátano verde.
- * Contar con promociones para los clientes fieles.
- * Personal altamente capacitado para manejar los equipos e instrumentos, atención al cliente y el proceso de nuestros productos.
- * Ambientes acogedores con temáticas de nuestros productos.
- * Precios competitivos acorde a la ubicación del restaurante.
- * Contar con varios proveedores para mayor abastecimiento en la materia prima
- * Posibilidad de organizar eventos especiales con la familia.
- * Entrega a domicilio cuidando los protocolos de Bioseguridad.
- * Facilidad de llegar al público objetivo a través de las redes sociales con campañas y promociones.

Oportunidades.

- * Nuevos mercados creciendo en el área de la comida rápida pero saludable.
- * Aceptabilidad de los consumidores por la comida saludable.
- * Planes de Gobierno que apoyan a los nuevos emprendimientos (PYMES).
- * Competencia alrededor con poca experiencia en el manejo de comida rápida saludable.
- * Sector muy comercial, afluencia de mucha gente entre todos los días de la semana.

Debilidades.

- * Vulnerable a la competencia de emprendedores versátiles en productos saludables.
- * No contar con una zona infantil.
- * Ser nuevos en el mercado, contratiempo de captar clientes.
- * Poca financiación al empezar el negocio.

Amenazas.

- * Aumento de precios en materia prima en temporadas del año.
- * Escenarios inciertos por pandemias.
- * Falta de colaboradores comprometidos con la razón de ser del restaurante.
- * Marginación por los precios por parte de la competencia.
- * Dificultad de encontrar personal calificado
- * Ser vulnerables a los impuestos previstos por la ley y entes reguladores.

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura.

Diferenciación.

En Burger Green la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

Nivel Gerencial.

- Administrador-propietario

Nivel Operativo.

- Ayudante de Cocina
- Cajero/a

2.7.2 Formalización.

Para Burger Green se tomarán las mejores decisiones en asumir riesgos en el transcurso del proceso de formalización para ganar experiencia y generar las mejores condiciones laborales para su estabilidad. Se registrará bajo los requisitos de Ley para su conformación como permisos emitidos por el municipio, Bomberos, ARCSA, IESS y el SRI, además del uso de manual de procedimientos para cada una de las áreas que componen el restaurante.

Asimismo, cumplir con el ordenamiento vigente para generar competitividad empresarial y promover mejores condiciones laborales que estén basadas en la misión y visión para el perfeccionamiento de la imagen, posicionamiento del restaurante, desarrollo y expansión, acceso a créditos financieros e ingreso a nuevos mercados que conlleve ganar la rentabilidad y sostenibilidad de esta.

2.7.3 Centralización – Descentralización.

Burger Green se centra en el uso de tiempos en compra, almacenamiento, producción y venta de comida rápida saludable con calidad, combinando con lo tradicional al igual de un servicio extraordinario que cumpla con las exigencias y necesidades del cliente, ya que el mundo de hoy dio un giro de 180 grados al presentarse una pandemia del COVID-19, por lo que el restaurante cuidará de la familia con lo que come e implementa protocolos de bioseguridad en su preparación de hamburguesas a la parrilla con plátano verde que llevará al reconocimiento en el sector y de los comensales.

La descentralización funcionará de manera independiente teniendo al frente al Gerente-Propietario quien impartirá funciones, tareas y actividades para una gestión más ágil y efectiva en cuanto estándares de calidad, producto y servicio con lo que permitirá el enrolamiento de los colaboradores en la toma de decisiones, sugerencias para el éxito del restaurante con ideas innovadoras en la creación de nuevos platos en el menú que cumplan con las expectativas del cliente y así satisfacer sus necesidades.

2.7.4 Integración.

La integración se desarrolla en primera instancia con el reclutamiento del personal idóneo para la realización de las actividades de Burger Green quien se enfoca en una dirección de calidad que abarcará todas las áreas con empeño de los trabajadores, orden, vigilancia y requerimiento de todos los procesos de compra, bodegaje, producción, venta y servicio al cliente, para el cumplimiento todos estos puntos se implementa el control en cada uno de las dependencia con registros en un sistema informático que comprueben el uso de los materiales de una manera ordenada.

2.7.5 Procesos de Burger Green.

Proceso de compra (Anexo 1)

- ✓ Hacer pedido de compra a proveedores de materia prima.
- ✓ Recibir y verificación específica de producto.
- ✓ Recibir facturación.
- ✓ Ingreso a sistema de facturación

- ✓ Ingresar materia prima a bodega.
- ✓ Llevar control PEPS al almacenar.

Proceso de Bodega (Anexo 2)

- ✓ Recibir productos contra factura, registrado en sistema de facturación.
- ✓ Perchar y ordenar productos.
- ✓ Aplicar PEPS en la entrada y salida de materia prima (Kardex)
- ✓ Control de fechas de caducidad y vida útil en productos perecibles.

Proceso de Producción (Anexo 3)

- ✓ Salida de Bodega, pesar materia prima para su proceso.
- ✓ lavar y desinfectar área de trabaja incluye utensilios.
- ✓ Lavar y desinfectar materia prima.
- ✓ Realizar las pastillas del plátano verde y de las carnes en forma redonda y corte mariposa para el pollo.
- ✓ Unir con los demás ingredientes una vez esta lista la cocción de las carnes.

Proceso de Venta y Servicio (Anexo 4)

- ✓ Saludar al cliente, dar la bienvenida
- ✓ Cliente escoge su producto
- ✓ Tomar el Pedido
- ✓ Se procede a la compra y facturación
- ✓ Comunicar el pedido a preparación
- ✓ Control de las carnes en su cocción
- ✓ Unir a los demás complementos la hamburguesa
- ✓ Entrega de pedido, despedir amablemente.

2. 8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama Microempresa Burger Green.



Toscano, G. (2021). Organigrama microempresa Burger Green. Quito.

2.9 Funciones del personal

PUESTO DEL ADMINISTRADOR-PROPIETARIO

Detalles generales del puesto de Administrador- Propietario.

Empresa	Burger Green
Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Misión del puesto	Es quien está al frente del restaurante ya que está encargado de direccionar todo, controla actividades e implementa nuevas estrategias que

permitan a la microempresa a seguir creciendo y ser competitiva, además supervisa los procesos en la preparación, presentación de los alimentos hasta llegar el producto final a los comensales, además hacer cumplir todos los procesos sean bien aplicados, si existiera un problema está en la capacidad de solucionarlos, escuchar quejas de empleados y clientes. También se encargará de todas las adquisiciones para el restaurante.

Denominación del puesto	Administrador.
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos en producción, venta de alimentos y bebidas.
Remuneración	\$ 500

Méritos aspectos para considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Administrador

Formación	Tecnólogo en Administración de Empresas Conocimiento en el Idioma Inglés
Experiencia	Mínimo un 1 año en cargos de administrador, gerente o en cargos similares.
Capacitación	Protocolo de servicio, manejo de Office, manejo de inventarios, Procesamientos de alimentos, Dominio de procesos contables, BPM y Normas de Higiene.
Competencias	Liderazgo, puntualidad Honestidad Tolerancia Comunicación Creatividad Solución de problemas Atención al cliente Planificación y organización

Toscano, G. (2021). *Méritos aspectos a considerar, Administrador*. Quito.

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

Detalles generales del puesto ayudante de cocina.

Empresa	Burger Green
Unidad administrativa	Área de Operaciones
Misión del puesto	Elaborar la oferta del restaurante con un orden específico de cada ingrediente sea frío o caliente aplicando una buena rotación de productos y de igual manera mantener limpia la cocina, utensilios e instalaciones en general.
Denominación del puesto	Ayudante de cocina.
Rol del puesto	Verificación del producto en óptimas condiciones de calidad, procesar y almacenar la producción del día, cuidar de la limpieza y orden de cocina.
Remuneración	\$ 400

Méritos, aspectos para considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina.

Formación	Bachiller o Estudiante de Gastronomía
Experiencia	Mínimo un 1 año en cargos de preparación de alimentos atención al cliente o similares
Capacitación	Procesamientos de alimentos, BPM y Normas de Higiene, Conocimiento de comida rápida.
Competencias	Puntualidad, honestidad, comunicación, creatividad, Responsabilidad, Trabajo en Equipo, compromiso, Capacidad de escuchar, Sociable

Toscano, G.. (2021). *Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina*. Quito.

PUESTO DE CAJERO

Detalles generales del puesto de cajero

Empresa	Burger Green.
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Estará encargado de la cobranza en la caja, tomar el pedido, comunica a preparación atención de cliente y asesorar cuando sea necesario.
Denominación del puesto	Cajero
Rol del puesto	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, arqueo de caja y cierres de caja.
Remuneración	\$ 400

Méritos aspectos para considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, cajero.

Formación	Bachiller en Contabilidad o carreras afines
Experiencia	Mínimo un año en cargos de atención al cliente y caja
Capacitación	BPM y Normas de Higiene, Conocimiento de comida rápida, Curso de manejo de caja, Manejo de Ofimática, Office medio.
Competencias	Puntualidad, Honestidad, Comunicación, Responsabilidad, Trabajo en Equipo, Compromiso, Capacidad de escuchar, Sociable, Presentación, Tolerancia, Solución de problemas, Análisis numérico

Toscano, G. (2021). *Méritos aspectos para considerar, cajero*. Quito.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Consagrar a Burger Green en el posicionamiento del mercado con el firme propósito que los clientes valoren y reconozcan lo que ofrece, con tácticas de buen servicio, creación de menús saludables con el uso del plátano verde gracias a sus beneficios nutritivos; asimismo, dejar en claro que no es suficiente solo satisfacer necesidades y expectativas, sino también ser capaz de crear experiencias que los compradores valoren mediante la difusión en redes sociales y una muy importante con la voz a voz de cada cliente para conseguir consumidores potenciales.

3.2 Investigación de mercado

Burger Green se conceptuó en el método inductivo pues con ello ayudó a determinar las expectativas del mercado y de los demandantes con respecto a la comida rápida y el servicio dentro del barrio las Cinco Esquinas que son necesarios para el funcionamiento del restaurante, técnica que se encarga de cuantificar, medir la idoneidad de los datos. Por otro punto está el método analítico que se basa en la experimentación y la lógica empírica, que junto a la observación de fenómenos y su análisis estadístico se lo utilizó en el análisis de los contenidos prácticos de indagación; así como también en la interpretación de los datos que arrojaron las encuestas.

3.2.1 Modalidad.

La recopilación de la información se basó de una manera cuantitativa por el número de habitantes de 896 a tres manzanas del Sector de las Cinco Esquinas y de manera cualitativa a quien se dirigió este estudio por sus características, gustos y preferencias de los clientes mediante una encuesta de 11 preguntas abiertas y cerradas. Las dos modalidades se realizaron de manera virtual, ya que debido a la pandemia COVID 19, la virtualidad es un instrumento más seguro para obtener información.

3.3 Plan de Muestreo

Para el desarrollo de proyecto se ha identificado un universo determinado por sexo, preferencias y edades con características en el consumo de comida rápida y sobre todo con una temática saludable. La investigación fue realizada en momentos en que el mundo atraviesa por una pandemia COVID-19 y sus necesidades se han dirigido al consumo de comida sana y rápida porque los tiempos que se han reducido pues el trabajo es un gran influyente a que se trate consumir este tipo de comidas y ha dado lugar a que los consumidores cuiden de su bienestar en todos los ámbitos y esta es la razón del emprendimiento en brindar esta necesidad. Para la obtención de una muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{896 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (896 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{861}{3,1979}$$

$$n = 270$$

(Ver anexos 5. Tabla datos INEC)

3.4 Análisis de las encuestas

Preguntas de Información I

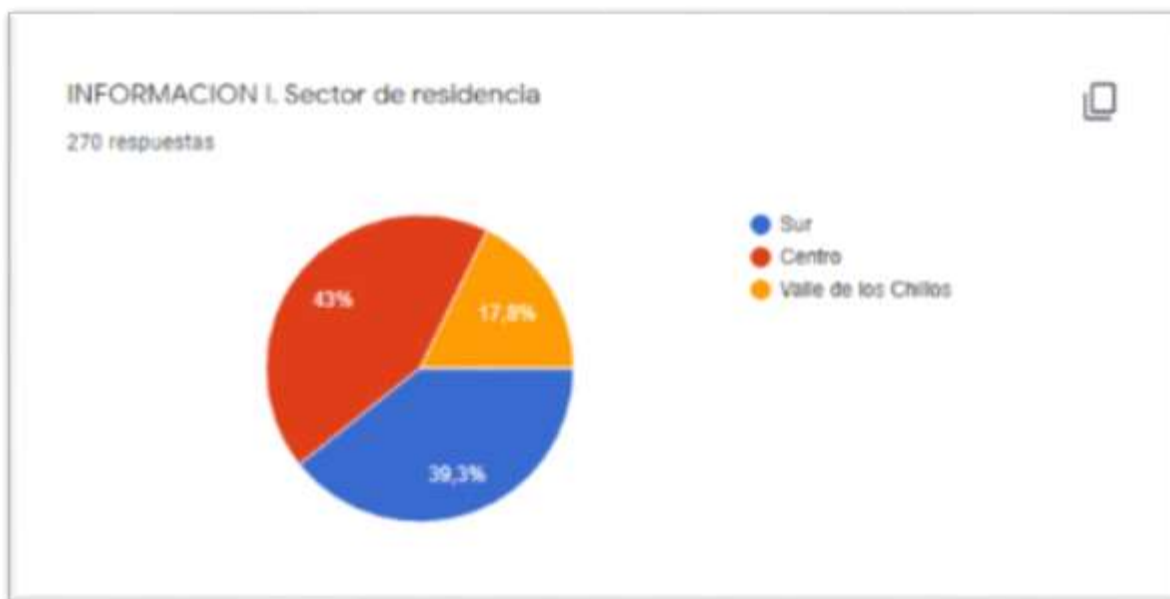
(Ver anexos 6)

Tabla 4. Pregunta de Información I Residencia. Quito

Residencia		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sur	106	39,3
Centro	116	43
Valle	48	17,8
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). Residencia. Quito.

Ilustración 4. Pregunta de Información I, Residencia,, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta de Información I, gráfico circular. Quito.

Análisis: De acuerdo con la gráfica identificamos el sector del centro ocupa un 43% del público objetivo más allá del sur o en sector que nos ubicaremos pues la cercanía con el centro es mínima.

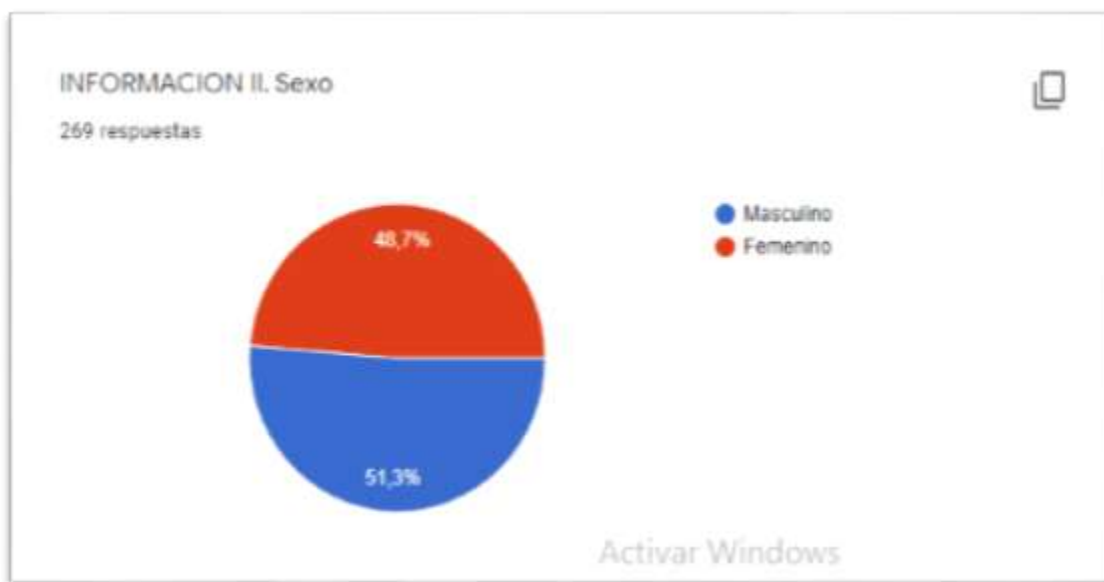
Pregunta de Información II

Tabla 5. Pregunta de Información II. Sexo. Quito

Sexo		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Masculino	138	48,7
Femenino	132	51.3
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). Sexo. Quito.

Ilustración 5. Pregunta de Información II, Sexo, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta de Información II, gráfico circular. Quito

Análisis: El gráfico hace referencia a que el público masculino se interesó en nuestra encuesta con 51,30%, pero no tan lejano esta la parte femenina.

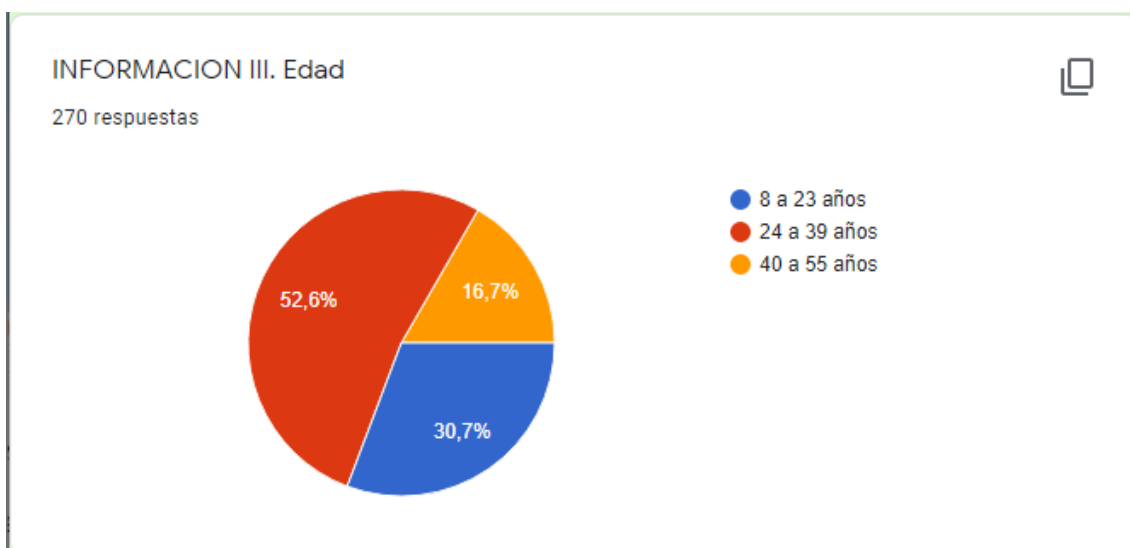
Pregunta de Información III.

Tabla 6. Pregunta de Información III. Edad. Quito

Edad		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
De 8 a 23 años	83	30,7
De 24 a 39 años	142	52,6
De 40 a 55 años	45	16,7
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). Edad. Quito.

Ilustración 6. Pregunta de Información III, Edad, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta de Información III, gráfico circular. Quito

Análisis: Entendemos de acuerdo con la gráfica el 52,6% se centra en las edades de 24 a 39 años, edades a las que dirigimos para crear una costumbre de alimentación sana.

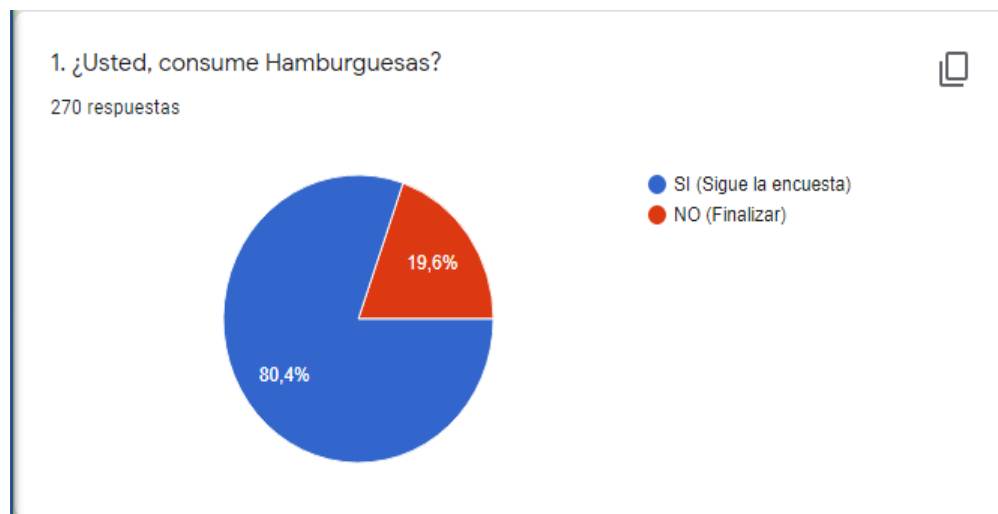
Pregunta 1.

Tabla 7. Pregunta 1

¿Usted, consume hamburguesas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	217	80,4
No	53	19,6
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). *¿Usted, consume hamburguesas?*. Quito.

Ilustración 7. Pregunta 1, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta 1, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 270 encuestados el 80,4% respondió tienen un gusto por comer hamburguesas, esto dice que en su gran mayoría pueden ser futuros clientes de Burger Green, ya que aparte de que son consumidores de hamburguesas, sus familias también lo son, lo que provoca que sus familias también sean parte de la clientela de la empresa.

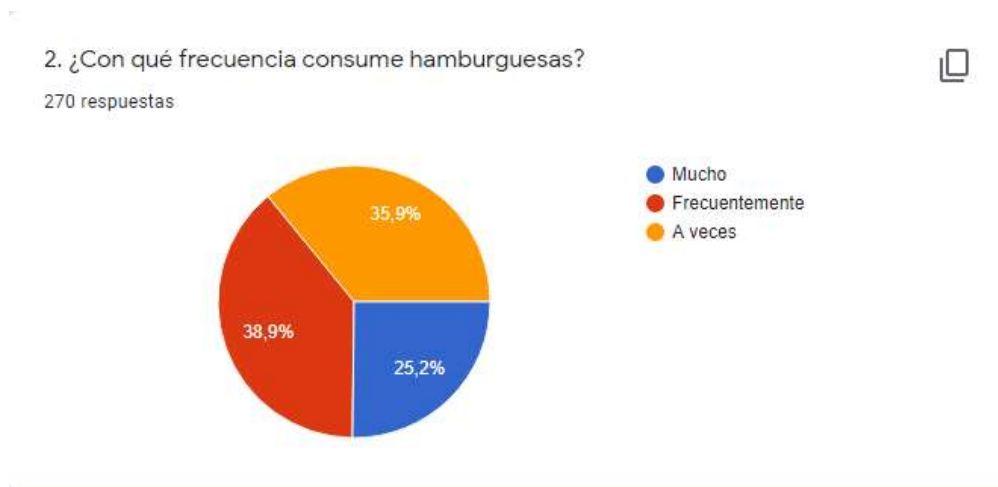
Pregunta 2.

Tabla 8. Pregunta 2

¿Con qué frecuencia consume hamburguesas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Mucho	68	25,2
Frecuentemente	105	38,9
A veces	97	35,9
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2020). *¿Con qué frecuencia consume hamburguesas?*. Quito.

Ilustración 8. Pregunta 2, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). *Pregunta 2, gráfico circular*. Quito.

Análisis: De los 270 encuestados el 38,9% respondió frecuentemente consume hamburguesas por lo tanto apego a la elección de comida rápida, esto ayuda a concluir que nuestro producto está bien encaminado.

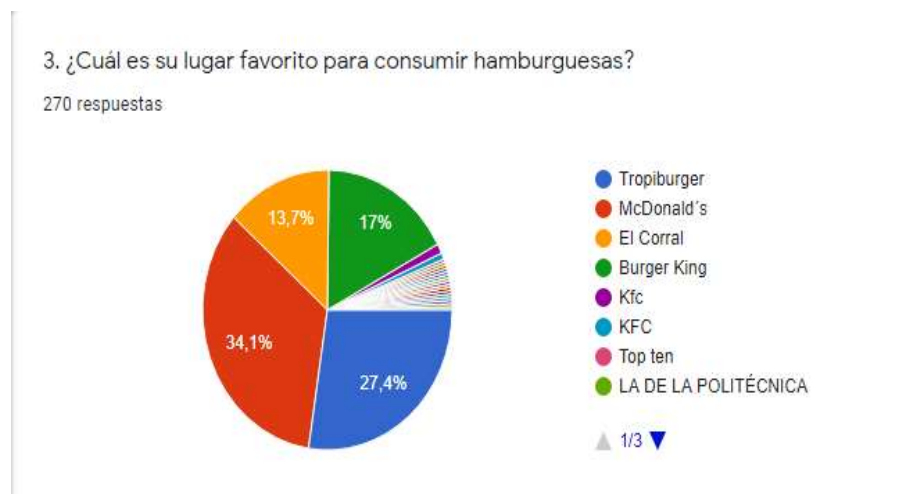
Pregunta 3.

Tabla 9. Pregunta 3

¿Cuál es el lugar favorito para consumir hamburguesas?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Tropiburger	74	24,4
McDonald's	92	34,1
El Corral	37	13,7
Burger King	46	17
Otros	21	10,80
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). ¿Cuál es el lugar favorito para consumir hamburguesas?. Quito.

Ilustración 9. Pregunta 3, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta 3, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 270 encuestados en su gran mayoría personas conocen de establecimientos que venden hamburguesas, en especial en McDonald's pues es una marca reconocida a nivel mundial, pero para Burger Green no la ve como competencia ya que son productos muy diferentes en su producción y además estamos enfocados a la alimentación sana. También se identifica un reducido número en *otros* que tienen una opción diferente a las grandes marcas pues son por el de su sector de vivienda o alrededores de instituciones educativas.

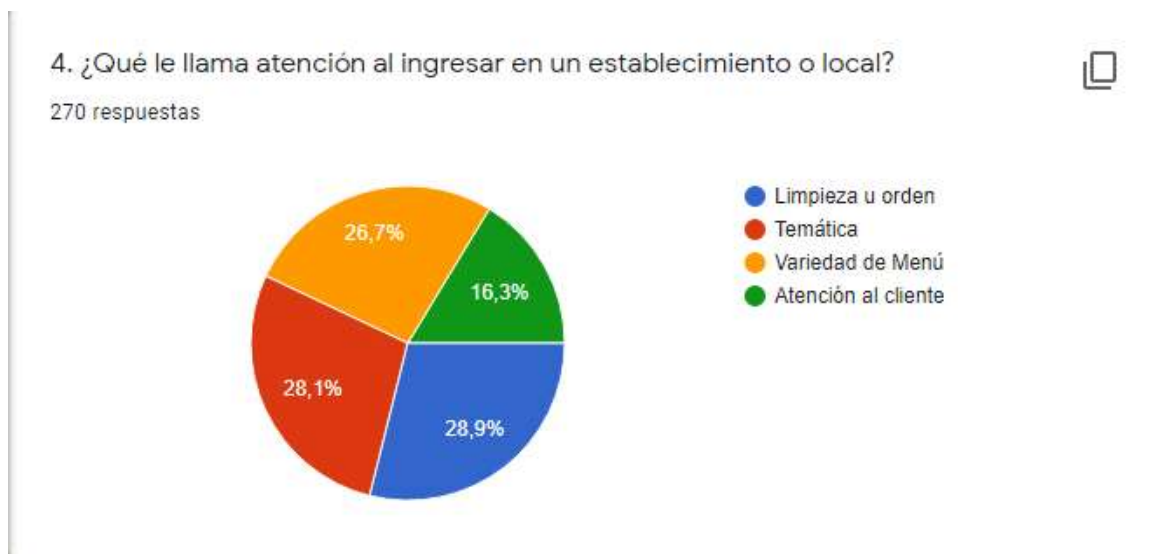
Pregunta 4.

Tabla 10. Pregunta 4

¿Qué le llama la atención al ingresar en un establecimiento o local?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Limpieza u orden	78	28,9
Temática	76	28,1
Variedad del menú	72	26,7
Atención al cliente	44	16,3
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). *¿Qué le llama la atención al ingresar en un establecimiento o local?*. Quito.

Ilustración 10. Pregunta 4, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

Análisis: De los 270 encuestados un 28,1 están interesados en qué lugar debe presentar limpieza y orden porque es su carta de presentación y más aún en estos tiempos de crisis de COVID 19, donde la desinfección es lo más importante velar por el cuidado de los colaboradores y de los clientes es lo primordial de Burger Green.

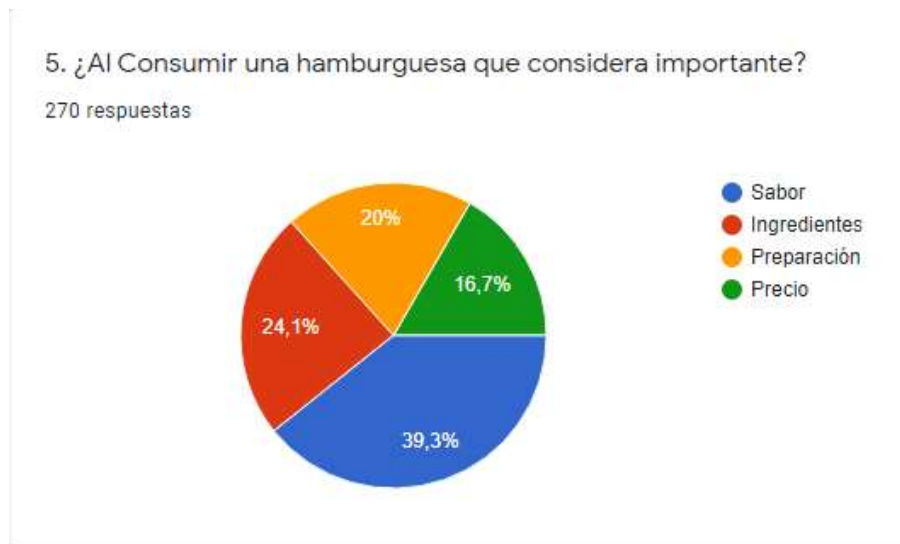
Pregunta 5.

Tabla 11. Pregunta 5

¿Al consumir una hamburguesa que considera importante?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sabor	106	39,3
Ingredientes	65	24,1
Preparación	54	20
Precio	45	16,7
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). *¿Al consumir una hamburguesa que consideras importante?* Quito.

Ilustración 11. Pregunta 4, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

Análisis: La gran mayoría de los encuestados prefieren un establecimiento que les brinde sabor en los productos, como segundo punto los ingredientes y que eso le da el sabor inconfundible y la diferencia frente a la competencia que garantiza el satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

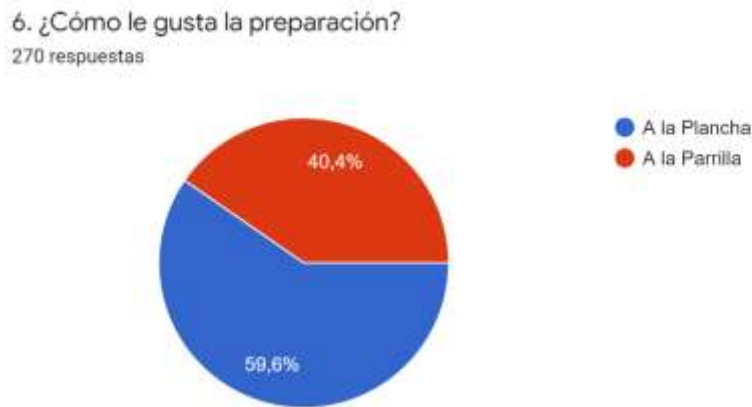
Pregunta 6.

Tabla 12. Pregunta 6

¿Cómo le gusta la preparación?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
A la Plancha	161	59,6
A la Parrilla	109	40,4
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). ¿Cómo le gusta la preparación? Quito.

Ilustración 12. Pregunta 6, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta 6, gráfico circular. Quito.

Análisis: Casi el 100% de los encuestados es decir el 59,6% prefieren a la plancha desconociendo que a la parrilla el sabor es diferente y sobre todo sano, y ahí está la clave para ganar clientela para Burger Green.

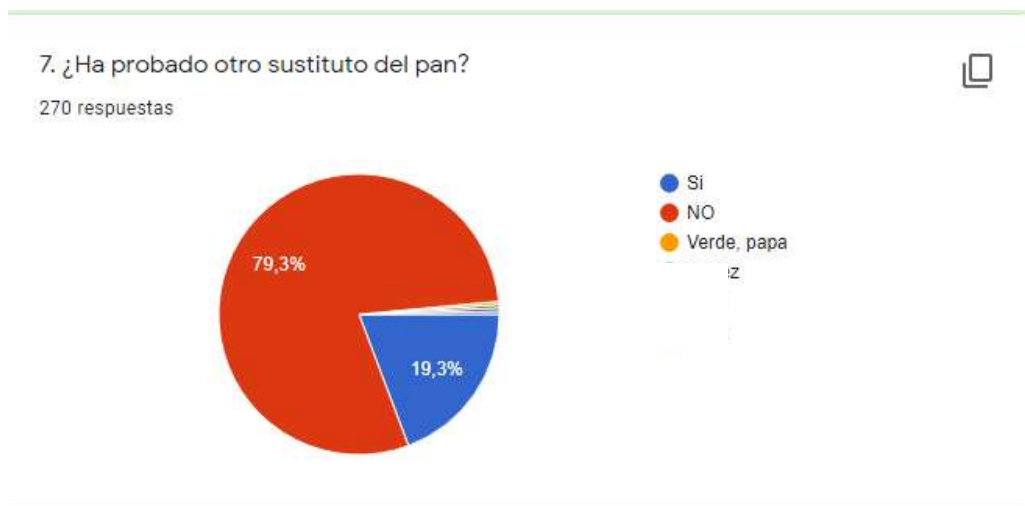
Pregunta 7.

Tabla 13. Pregunta 7

¿Ha probado otro sustituto del pan?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	52	19,3
No	214	79,3
Verde, papa	4	1,4
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). *¿Ha probado otro sustituto del pan?*. Quito.

Ilustración 13. Pregunta 7, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta 7, gráfico circular. Quito.

Análisis: La respuesta es tan clara con un 79,3% no ha probado otro sustituto del pan y solo el 1,4% sabe del plátano verde por lo que es una gran oportunidad de Burger Green el ofrecer hamburguesas con este ingrediente natural y rico, de gran beneficio en la salud y que hoy se busca.

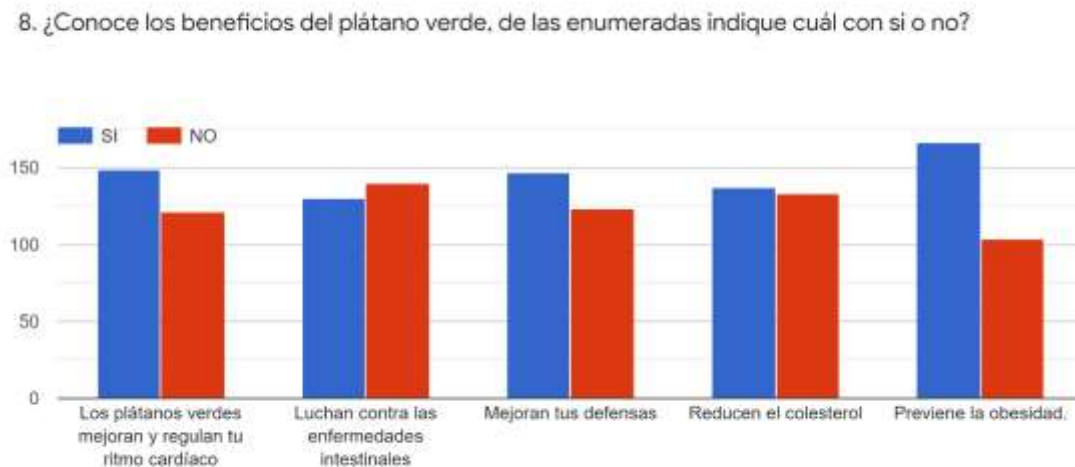
Pregunta 8.

Tabla 13. Pregunta 8

¿Conoce los beneficios del plátano verde, de las enumeradas indique cuál con sí o no?						
RESPUESTA	CANTIDAD SI	%	CANTIDAD NO	%	TOTAL %	TOTAL CANTIDAD
Los plátanos verdes mejoran y regulan tu ritmo cardíaco	149	55,19	121	44,81	100	270
Luchan contra las enfermedades intestinales	130	48,15	140	51,85	100	270
Mejoran tus defensas	147	54,44	123	45,56	100	270
Reducen el colesterol	137	50,74	133	49,26	100	270
Previene la obesidad	166	61,48	104	38,52	100	270

Toscano, G. (2021). ¿Conoce los beneficios del plátano verde, de las enumeradas indique cual con sí o no?. Quito.

Ilustración 14. Pregunta 8, gráfico de barras.



Toscano, G. (2021). Pregunta 10, gráfico de barras. Quito.

Análisis: Con esta gráfica se demuestra que el público objetivo conoce de los beneficios del plátano verde, lo cual se constituye en una razón más para que nuestro producto tenga el impacto deseado y que llegaremos a consolidarnos en el sector o mercado.

Pregunta 9.

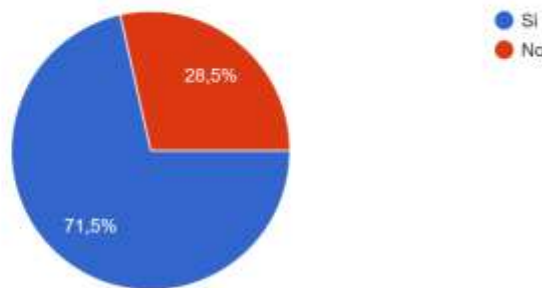
Tabla 15. Pregunta 9

¿Estaría usted dispuesto a consumir hamburguesas 100% a la parrilla de carne o pollo, sustituyendo el pan por plátano verde?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	193	71,5
No	77	28,5
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). ¿Estaría usted dispuesto a consumir hamburguesas 100% a la parrilla de carne o pollo, sustituyendo el pan por el plátano verde? Quito.

Ilustración 15. Pregunta 9, gráfico circular.

9. ¿Estaría usted dispuesto a consumir hamburguesas 100% a la Parrilla de carne o pollo, sustituyendo el pan por plátano verde?
270 respuestas



Toscano, G. (2021). Pregunta 9, gráfico circular. Quito.

Análisis: Casi el 100% de los encuestados estarían dispuestos a probar otro sustituto del pan con lo que deja en claro que podemos tener muchos clientes y gran aceptación del producto y con ello cumplir con las expectativas de los clientes.

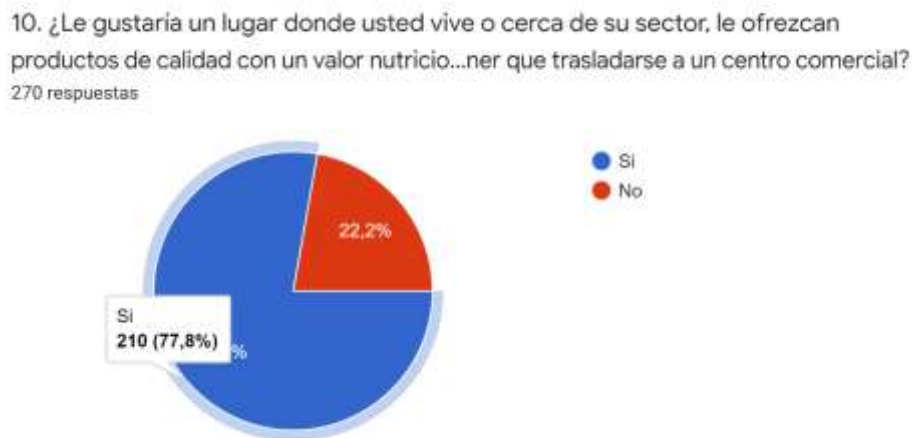
Pregunta 10.

Tabla 16. Pregunta 10

¿Le gustaría un lugar donde usted vive o cerca de su sector, le ofrezcan productos de calidad con un valor nutricional, sin tener que trasladarse a un centro comercial?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	210	77,8
No	60	22,2
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). *¿Le gustaría un lugar donde usted vive o cerca de su sector, le ofrezcan productos de calidad con un valor nutricional, sin tener que trasladarse a un centro comercial?*
Quito.

Ilustración 16. Pregunta 10, gráfico circular.



Toscano, G. (2021). Pregunta 10, gráfico circular. Quito.

Análisis: Del 100% de los encuestados equivalentes al 77,80% prefiere un lugar cercano a su hogar para una alimentación sana con productos de calidad, con lo que confirmamos nuestro optimismo que nuestro emprendimiento cumplirá con la metas y objetivos con sus clientes y con quienes se involucren en creación y crecimiento de Burger Green.

Pregunta 11.

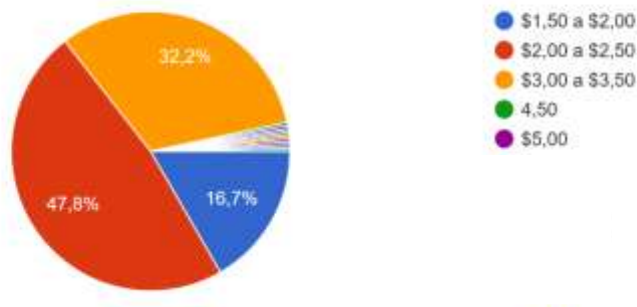
Tabla 17. Pregunta 11

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hamburguesa de plátano verde con carne o pollo cocida a la parrilla?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
\$1,50 a \$2,00	45	16,7%
\$2,00 a \$2,50	129	47,8%
\$3,00 a \$3,50	87	32,3%
Otro \$4,50 a \$5,00	9	3,2%
TOTAL	270	100%

Toscano, G. (2021). *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hamburguesa de plátano verde con carne o pollo cocida a la parrilla?* Quito.

Ilustración 17. Pregunta 10, gráfico circular.

11. ¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hamburguesa de plátano verde con carne o pollo cocida a la parrilla?
270 respuestas



Toscano, G. (2021). Pregunta 10, gráfico circular. Quito.

Análisis: Tal como la pregunta anterior casi el 100% de los encuestados estarían dispuestos a pagar de \$ 2,00 a \$2,50 por hamburguesas que sean preparadas con plátano verde que sustituyan al pan, precios que Burger Green considera para sus productos.

3.4.1 Análisis General.

Al realizar esta encuesta se llegó a la conclusión en tres puntos muy importantes:

- El público objetivo que va dirigido es entre la edad 24 a 39 años interesado en consumir productos de calidad y diferente con beneficios nutritivos pues tienen conocimientos de los beneficios del producto estrella de Burger Green que es el plátano verde que sustituirá al pan que combinado con la comida rápida como es la hamburguesa le da un valor agregado, la gran mayoría de los encuestados gusta de comer hamburguesas frecuentemente con amigos y familia para compartir un momento ameno.
- La limpieza y el orden son factores muy importantes para nuestro público objetivo debido al COVID 19, ya que un local o establecimiento limpio representa la manera como se manejan los procesos de bioseguridad dentro de cocina y fuera de ella como es preparación, servicio y entrega de los productos de calidad ganándose la confianza de los clientes. Ya que Burger Green desea competir en un mercado donde su sabor será la marca para identificarla de todos.
- Con todo lo antes mencionado se considera mucho la opinión de los 270 encuestados y que tenemos un mercado abierto en nuestro sector de la Cinco Esquinas por probar un producto de sabor inigualable y diferente resaltando lo nutricional y el uso de técnicas de calidad mediante la inocuidad de los alimentos para que se cumpla con satisfacer a los consumidores.

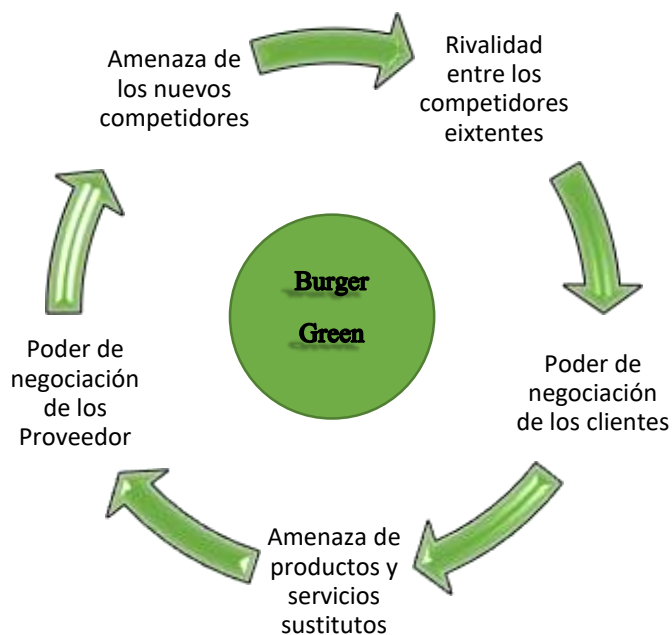
En conclusión, tras analizar los datos se determina que Burger Green es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno.

Burger Green estima que microentorno se refieren a todo lo que conforma el medio que rodea al restaurante, en especial los elementos que afectan para tomar la decisión efectiva para su funcionamiento.

Ilustración 18. *Esquema microentorno Proveedores.*



Toscano, G. (2021). *Esquema microentorno Proveedores.* Quito.

Ilustración 19. Ubicación.

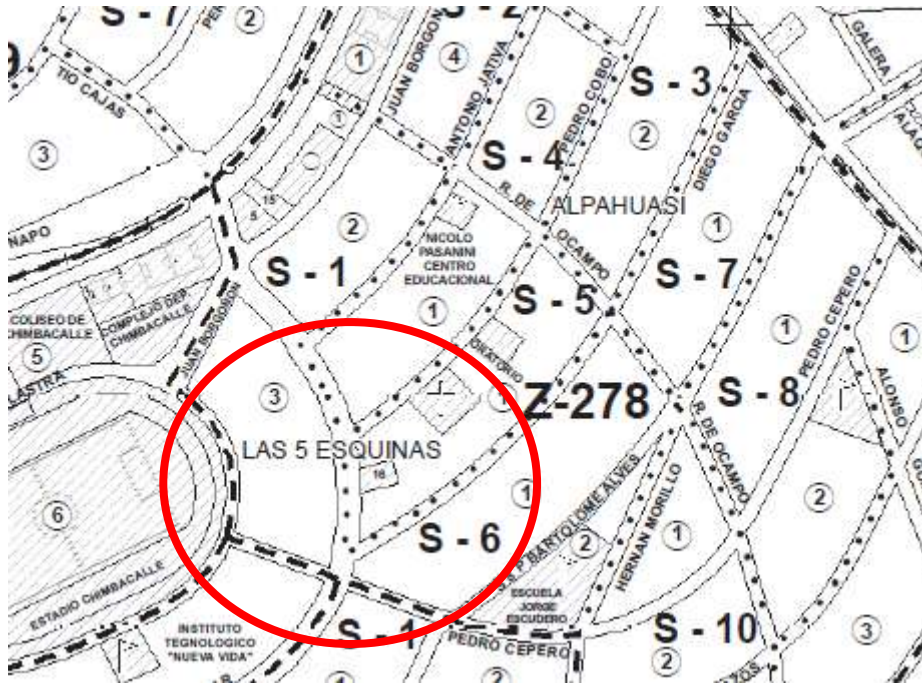


Gráfico INEC. Recuperado de: <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec>

- **Rivalidad entre los competidores existentes.**

El vivir en este sector durante muchos años me ha permitido identificar que el restaurante Burger Green está en un mercado explotado referente a la comida rápida por lo tanto hace que la competencia sea elevada. Además, estará ubicado en uno de los sectores más reconocidos de la parroquia de Chimbacalle por su gastronomía tradicional, los que llevan constituidos por años y tiene la aceptación de la comunidad, no todos son relevantes y llamativos. Los factores que se consideró para medir la competencia son servicio, menú y el local.

Muchos de estos locales se encuentran en la calle y pocos son los que cuentan con un local físico y adecuada para el consumo de estos alimentos.

Restaurante Don Boli está ubicado en la Juan de Alcázar y Francisco Cobo papas fritas con pollo a la brasa y asado, hamburguesas tradicionales de carne, pero se pudo evidenciar que no cumplen en ciertos alimentos con frescura y calidad de estos.

- **Amenaza de los nuevos competidores**

Se evidencia esto porque el estado apoya a estas empresas para que inviertan en el mercado ecuatoriano incrementando a su vez una competencia en el sector que impulsa a empresas ecuatorianas a competir directamente con éstas.

En el sector esta KFC empresa multinacional la que tiene un reconocimiento por sus alimentos, el uso de procesos definidos y más aún cuenta con un capital que implementa en el servicio, en un menú variado y que sus productos son cuidados con altos regímenes de calidad.

Por otro lado, consideramos a los nuevos emprendimientos en comida rápida ubicados en la Juan de Alcázar y Pedro Cepedro que están alrededor de la manzana donde nos ubicaremos, como: Burguer Restaurant “Liliduo”, El Rincón del Sabor, Aquí me quedó, El Fogonazo, Big Broster, Niko y puestos ambulantes.

- **Poder de negociación de los clientes**

Quito es una ciudad con un mercado muy grande en especial atractiva al poder fragmentarla por sectores, mismos escenarios que son de competencia y hacen que los clientes tengan la posibilidad de elegir.

Al igual que el producto hará la diferencia al mezclar la comida rápida con la nutrición que le dará un producto de calidad con un sabor inigualable, en un establecimiento amplio y acogedor, características que nos distinguen de la competencia sin dejar a un lado los precios pues un factor de sensibilidad que los clientes evalúan al comprar.

- **Amenzas de productos y servicio sustitutos.**

Debido a la presencia de muchos restaurantes de comida rápida la competencia es alta; sin embargo, no existe un negocio que se dedique a realizar hamburguesas diferentes. Por esta razón tendrá un mercado abierto ya que todos los negocios del sector solo se dedican a la comida rápida y al expendio de la comida en la calle sin los protocolos de seguridad, sin velar por la nutrición y sin cuidar del bienestar del cliente.

- **Poder de negociación con los proveedores.**

El giro de negocio es importante ya que al tener una red de proveedores para abastecerse de los insumos de calidad razón por la cual el mercado de Quito tiene varios proveedores que se han esmerado para brindar calidad.

Tabla 18. *Proveedores.*

Proveedores	
Materia Prima	
Pronaca	
<u>Producto</u>	<u>Beneficios</u>
Mrs. Res	• Maneja productos de calidad y variedad • Empresa reconocida por distribución, competencia en precios. • Promueven el consumo de productos nutritivos. • Facilidades de pago a crédito.
Mrs. Pollo	
Megamaxi o Supermaxi	
<u>Producto</u>	<u>Beneficios</u>
Carnes	• Variedad en productos • Facilidades de pago a crédito • Productos de calidad • Precios accesibles
Clasibun	
<u>Producto</u>	<u>Beneficios</u>
Pan hamburguesa	• Productos bajo pedido • De calidad bajo receta o características del cliente • Precios accesibles • Facilidades de pago a crédito.
Aleproca o Guadaproducts	
Producto	Beneficios
	• Productos de calidad y frescos

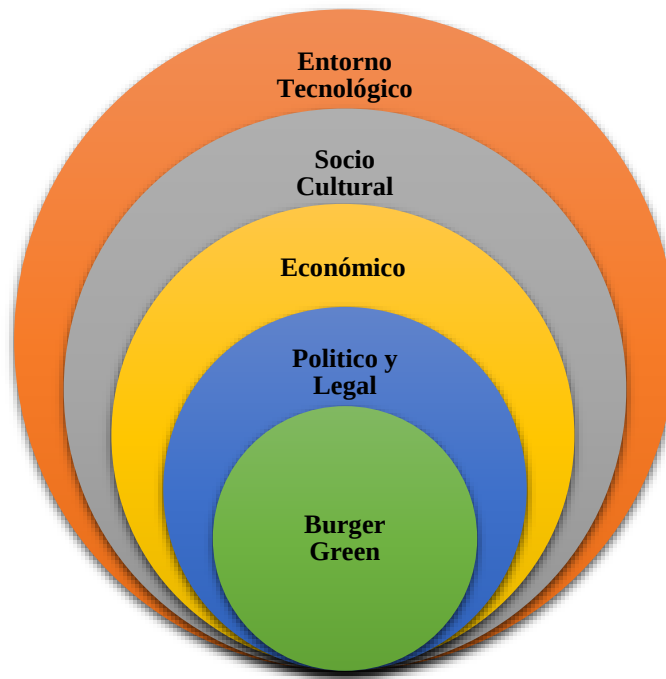
Tomate	• Disponibilidad de producto sin importar temporada. • Precios bajos
Lechuga	
Cebolla	
Floralp	
Producto	Beneficios
Queso	• Variedad en Productos • Maneja calidad • Precios accesibles
Mercado Mayorista	
Producto	Beneficios
Platano Verde	• Precios competitivos. • Variedade de producto en platano verde dominico.

Toscano, G. (2021). *Proveedores*. Quito.

3.5.2 Macroentorno

Está constituido por elementos imposibles de controlar, ya que involucra los aspectos relacionados con el exterior de Burger Green.

Ilustración 20. Esquema Macroentorno Burger Green.



Toscano, G. (2021). *Esquema macroentorno Burger Green*. Quito.

- **Factor Político y Legal.**

Actualmente, Ecuador presenta una aparente estabilidad política ya que ha pasado una serie de cambios y reformas en cuanto a las leyes que rigen a los diferentes sectores productivos, apostando por el impulso de nuevas actividades económicas y el desarrollo de las PYMES nacionales.

El Ministerio de Turismo promueve el emprendimiento de diferentes establecimientos así como el rol que tendrá Burger Green bajo el Reglamento General a la ley de Turismo que define la actividad de alimentos y bebidas, de igual manera otro ente regulador es ARCSA(Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) quien actuará bajo los lineamientos del Ministerio de Salud Pública quien regula y otorga los

permisos de funcionamiento y control sanitario, además por la problemática situación del COVID-19 se han dictaminado protocolos y manuales generales de medidas de bioseguridad para establecimientos de alimentos y bebidas mismos que son manejados acorde a los manuales de buenas prácticas de manipulación (BPM).

- **Factor Económico.**

La llegada del virus en el Ecuador puso en riesgo a pequeñas empresas, las cuales no contaban con unos ingresos suficientes. A raíz del COVID-19 el país tomó la decisión de poner al Ecuador en estado de excepción la cuál afectó a las empresas económicamente y ciudadanos. Las pequeñas empresas tuvieron que cerrar sus puertas, las empresas con más poder y conocidas tuvieron un desbalance de ingreso y optaron por reducir sueldo y personal. No obstante, se ha tratado de salir de esta crisis con los incentivos que el gobierno ha dado para la generación de la productividad para las empresas en especial a las pequeñas quienes tienen un papel clave en la provisión de productos y servicios esenciales para la población.

Razón por la cual Burger Green se va adaptando a los factores económicos como la inflación ya que esto implica que los precios de los bienes y servicios varíen, por otro lado, el Producto Interno Bruto (PIB) es el valor monetario e indicador económico importante ya que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de producción.

- **Factor Sociocultural.**

Burger Green considera que el desempleo ha tomado fuerza en los dos últimos años a raíz de la pandemia del COVID-19, razón por la cual la creación de este emprendimiento genera nuevas plazas de trabajo que ayude a económicamente al mercado donde se ubica y a los ingresos de una familia, pilar donde se fundamenta la microempresa creando una cultura familiar que cuida de ella con alimentos 100% naturales con un toque tradicional con el plátano verde en la receta conjugado en un ambiente acogedor tomando las medidas de protección hacia los empleados, proveedores y clientes.

- **Factor Tecnológico.**

La tecnología ha sido una herramienta fundamental para el día a día. Existen muchos servicios que actualmente son fundamentales para la satisfacción del cliente por lo que, Burger Green contará con servicios de Wifi, aplicaciones de delivery existentes en el mercado, además de los equipos o maquinaria tecnológica que son acordes a las necesidades del restaurante para manejar la cadena de frío y almacenamiento que mantendrá la inocuidad de los alimentos. Otra forma del uso tecnológico es aprovechar las Herramientas Web de publicidad que se enfocarán en la presencia del restaurante en sector, asimismo dar a conocer los productos o servicios que presta para cumplir con las necesidades de los clientes.

3.6 Producto y servicio

Burger Green ofrecerá a los clientes la oportunidad de disfrutar de una comida rápida de gran calidad además de ofrecer comodidad y un excelente servicio en un cómodo ambiente una de las características del restaurante. La innovación y creatividad en el menú de hamburguesas a la parrilla con su ingrediente tradicional el plátano verde que sustituirá al pan será una de las primeras impresiones de calidad que se percibirá, los ingredientes se caracterizarán por su frescura y por su buena manipulación de los alimentos componentes de primordial importancia que se relaciona con el proceso del servicio desde que el cliente entra al restaurante y termina cuando sale de este para crear lealtad y haciéndole sentir que su satisfacción es importante, además cuidando de los protocolos de servicio y de bioseguridad en todas las áreas del restaurante. Burger Green también ofrece servicio de entrega a domicilio.

3.6.1 Producto Esencial.

Para Burger Green es importante enfocarse en la ofrecer productos saludables a los clientes mediante la elaboración de comida rápida que cumpla con los estándares de calidad en el valor nutritivo, pero también nos dedicaremos en dar una experiencia única al público que buscan la atención aún más cuando va acompañado de un lugar limpio, ordenado y con una temática con la que sienta identificado para degustar la variedad del menú en hamburguesas a la parrilla con plátano verde que sustituye al pan, junto con la familia y amigos.

3.6.2 Producto real.

Burger Green elabora hamburguesas a la parrilla de calidad con una gran variedad y sobre todo con sabor inigualable que dejará en los consumidores un recuerdo de bienestar gracias a la combinación perfecta del plátano verde que sustituirá al pan, pero tampoco se dejará lo tradicional.

Entre estos productos tendremos:

- B-Green Queso
- B-Green Especial
- B-Green Pollo
- B-Green Caserita

Platos que irán acompañados de lo tradicional como papas fritas o asadas, bebidas y con salsas típicas de mayonesa, salsa de tomate, mostaza y la salsa de la casa salsa de tomate de árbol.

3.6. 3 Características.

Burger Green se caracteriza en usar dos parámetros servicio y producto con iniciativa e innovación en comida rápida con direccionamiento a la nutrición sana.

Calidad en producto se entiende en conocer y manejar manuales de bioseguridad, BPM en cada uno de los procesos de producción e ingredientes para elaborar las hamburguesas a la parrilla con el plátano verde con la finalidad que cumpla con las expectativas del cliente.

Calidad en servicio se dará un buen trato especial brindando experiencias positivas mientras dure su visita en un ambiente original con temáticas de cuidar de nuestra salud y disfrutar de este momento con la familia.

3.6.4 Calidad.

Palabra que engloba en toda la elaboración de los productos pues garantiza la venta, ya que se basara en la disciplina y compromiso de los empleados con normas de higiene, seguridad alimentaria y manuales de procesos adecuados y delineados a la operación de la microempresa, estos son:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Control de temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (PEPS).
- Tiempos de cocción por producto.
- Normas de Higiene Personal.
- Normas BPM
- Programas de sanitización, limpieza y desinfección del área de trabajo, utensillos y maquinas de cocina.
- Análisis de puntos críticos de control (HASAP).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos

3.6.5 Estilo.

Burger Green se define con un estilo y decoración en la nutrición sana con la mezcla de la comida rápida, temática que será la imagen que proyecta a los clientes pues no solo son atraídos por lo gastronómico sino también para vivir una experiencia inigualable en el que los cinco sentidos están presentes, la vista, el olfato, el oído, el gusto y el tacto, y unidos a un ambiente agradable del restaurante logran la satisfacción del cliente entregando un servicio confiable y productos aptos para el consumo humano.

3.6.6 Marca.

Burger Green nombre que fue escogido con referencia a los ingredientes que contempla nuestra receta y así que Burger término en inglés que significa hamburguesa y Green que hace referencia al uso del ingrediente principal y de valor nutritivo del plátano verde, un nombre que lo hace original, destacado y quedará en la memoria de los

consumidores. Al usar este nombre damos una visión diferente de la comida rápida pues lo moldeamos a las necesidades de los consumidores que tendrán el hábito de unir lo tradicional con moderno de la gastronomía con una temática sana y nutritiva.

3.6.7 Producto aumentado.

Lo que le hace único a Burger Green de la competencia es su producto y servicio enmarcados en un valor nutricional al usar un ingrediente típico de nuestra gastronomía ecuatoriana que es el plátano verde, producto versátil de usarlo en la cocina, que además de ser delicioso es recomendado como nutritivo y más aún cuando se le dé un plus con la carne (pollo o res) sin aditivos, ni preservantes a la parrilla ingredientes que combinados con verduras dan el resultado de un producto natural y fresco.

Además de su preparación en el momento que el cliente lo ordene hace que sea de calidad y garantiza su sabor para compartir desde los más pequeños hasta los más grandes de paladares exigentes.

3.7 Plan de introducción al mercado

3.7.1 Distintivos y Uniformes

Área de Administrativa.

El o la administrador/a usará el uniforme proporcionado por el restaurant, mismo que tendrá los distintivos de este, dichos uniformes constarán de:

Administrador/a del local.

- * Camiseta color canela manga larga y los sellos distintivos de la empresa.
- * Pantalón negro de cocina.
- * Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- * Medias negras largas

Ilustración 21. Diseño uniforme unisex Administrador/a (referencial)



Toscano, G. (2021). Diseño uniforme unisex ayudante de cocina. Quito.

Área de Cocina.

El ayudante de cocina usará el uniforme proporcionado por el restaurant, mismo que tendrá los distintivos de este, dichos uniformes constarán de:

- **Ayudante de Cocina.**

- * Camiseta polo color verde manga corta y los sellos distintivos de la empresa.
- * Gorra color cafe
- * Pantalón negro de cocina.
- * Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- * Medias negras largas
- * Mandil negro

Ilustración 22. Diseño uniforme unisex ayudante de concina (referencial)



Toscano, G. (2021). Diseño uniforme, ayudante de cocina. Quito.

Personal del área de servicio.

El cajero usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos de este, dichos uniformes constarán de:

- **Cajera.**
 - * Camiseta polo color verde manga corta y los sellos distintivos de la empresa.
 - * Pantalón negro de cocina.
 - * Gorra café
 - * Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
 - * Medias negras largas
 - * Mandil negro

Ilustración 23. Diseño uniforme unisex, Cajera (referencial)



Toscano, G. (2021). Diseño uniforme, cajeros

3.7.2 Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 24. Imagotipo Burger Green.



Toscano, G. (2021). Imagotipo

Elementos para destacar:

- La hamburguesa hace referencia a la comida rápida.
- La tortilla de verde que suple al pan y la hoja de la planta del platano verde se relaciona con la receta esencial de nuestras hamburguesas
- El fuego hace referencia a la parrilla.
- El logotipo del establecimiento “Burger Green”

- El eslogan del restaurante “Sabor ecuatoriano, sabor de casa”
- Los colores usados:
 - * Color vino se asocia a la carne tierna, jugosa y mejora el apetito,ademas hace resaltar el producto “ hamburguesa”.
 - * Color verde representa naturaleza y creatividad, se relaciona con lo sano, objetivo de hamburguesas a la parrilla sustituyendo el pan ppor el plátano verde.
 - * Color amarillo transmite felicidad, alegría y hace referencia al fuego usado para la cocion de las hamburguesas asi como también influye que los comensales coman rápido.
- El Isotipo resalta lo referente a la comida rápida cuidando de lo nutritivo y es lo que nos distingue y es la tematica que maneja Burger Green

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa, nombre de la empresa y su slogan.

Ilustración 25. Anverso tarjeta de presentación



En el reverso hay datos de contacto, en este caso, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento.

Ilustración 26. Reverso tarjeta de presentación



Toscano, G. (2021). Reverso tarjeta de presentación.

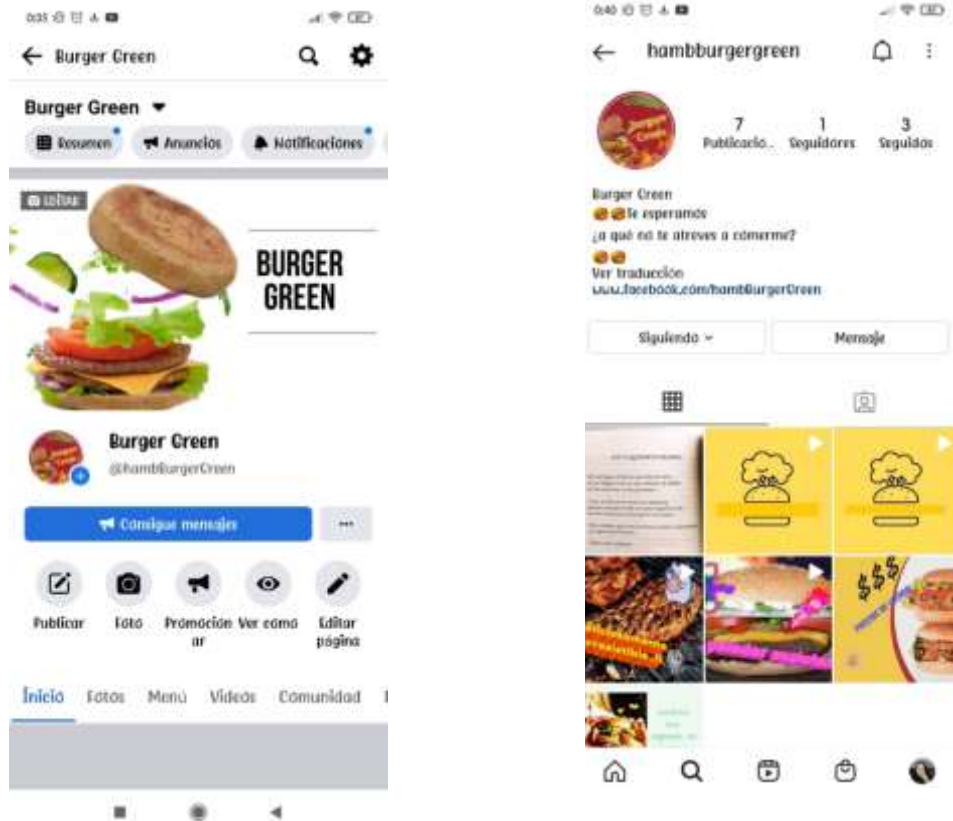
Redes Sociales y hojas membretadas.

Las Redes Sociales se ha convertido un medio de comunicación vía web que llega a todas partes de mundo y que mejor para comunicarse con los clientes, proveedores a través de nuestros canales interactivos de Facebook e Instagram sin dejar a un lado la comunicación formal tradicional mediante el uso de papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios con otras empresas, certificados para nuestros empleados, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 27. Hoja membretada



Ilustración 28. Páginas de Facebook e Instagram



3.7.3 Punto de venta

El punto de venta físico de Burger Green es su establecimiento ubicado en la de Quito, Parroquia Chimbacalle, barrio las Cinco Esquinas en la calle Juan de Alcázar.

- **Promoción.**
 - * El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp.
 - * Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micromercado, entre otros.

- **Contacto.**

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.
- * Instagram

- **Correspondencia.**

- * A través de mail corporativo.

- **Negociación.**

- * Directa en el establecimiento con cita previa.
- * A través de videoconferencia. (Zoom).
- * Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 19. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$12.00
Publicidad Facebook e Instagram	2 veces por mes	\$30.00
TOTAL		\$42.00
TOTAL ANUAL		\$504.00

Toscano, G. (2021). Financiamiento publicidad.

3.7.4 Riesgo y oportunidades del negocio

Los riesgos de las microempresas es un factor que se puede generar internamente o exterior que con esto puede conllevar a que no se logren los objetivos y afecten la continuidad del restaurante.

El riesgo o factor más importante que afecta es el COVID 19, de manera abismal a todos los negocios de comida rápida, ya que es de conocimiento público que es la emergencia sanitaria nacional. Por lo tanto, para el expendio de comidas rápidas debe implementar Protocolos y Manuales de bioseguridad de equipos de protección personal, medidas de prevención a fin de fortalecer la bioseguridad y medidas sanitarias para usuarios internos y externos de establecimientos de alimentos y bebidas más aun cuando se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del plato final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

Pero no solo esto debe enfrentar Burger Green pues existe desafíos emergentes susceptibles como lo político, económico y social mismos que son adaptados por el gobierno que representan una amenaza para los intereses comerciales.

Burger Green ha tomado como una gran oportunidad de crecimiento al posesionarse en un mercado de la comida rápida con una ideología de lo saludable ya que en las últimas décadas ha cambiado pues los consumidores están mejor informados en el tema nutricional y por eso han introducido en su dieta productos que les generen bienestar en su salud, además se ha considerado que los nuevos escenarios post COVID 19 han dejado nichos de mercados por ocupar más cuando se relaciona con la comida el valor nutricional que debe tener y el tiempo que se le dedica a su preparación.

Se considera también que una oportunidad de Burger Green es el uso de la tecnología ya que ha crecido mucho por el tema sanitario en todos los ámbitos desde comprar una aguja hasta comprar la comida para toda la familia y los pagos se realizan por banca móvil o transferencia. Otro apoyo para el mundo de los restaurantes son las redes sociales porque permiten publicitar por estos medios a bajos costos, donde la audiencia es mayor y se llega con el mensaje a todas las edades.

3.8 Fijación de Precios

3.8.1 Fijación de precios por receta estándar.

Los precios que se van a usar en los diferentes menús de Burger Green han sido considerados por kilogramos, calculado que ha tomado en cuenta el costo de los productos usados para preparar el menú. A este valor se le van a agregar valores porcentuales de diferentes variables que participan en la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos de 2 recetas:

- Hamburguesa B-Green Queso (Pan Tradicional)
- Hamburguesa B-Green Queso (Sustituto Plátano Verde)

- **Hamburguesa B-Green Queso (Pan Tradicional).**

Tabla 20. Hamburguesa B-Green Queso, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Hamburguesa B-Green Queso		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/08/2021		Preparadora: Gabriela Toscano	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Pan	unidad	\$1,62 (6 unid)	1	0,2700
Carne	g	\$3,80	125	0,475
Queso Mozzarella	unidad	\$5,10 (50 unid)	1	\$0.1020
Lechuga	g	\$0.62	1	\$0.0206
Tomate riñón	g	\$1,00	2	\$0.0238
Cebolla perla	g	\$1,10	3	\$0.0071
Sal	g	\$0.60	5	\$0.003
Paprika	g	\$1.60	5	\$0.008
Margarina	g	\$8,26	10	\$0,0027
FOTOGRAFÍA			Total bruto	0,9122
			5% imprevistos	0,0456
			Total neto	0,9578
			Gasto de fab. 15%	0,1437
			Factor costo 33,33%	0,319
			M.O. 45%	0,4310
			G. Admin 12%	0,1149
			30 % utilidad	0,2873
			Subtotal	2,2540
			12% IVA	0,2705
			Total	2,5245

(Ver anexo 7) Toscano, G. (2021). Hamburguesa B-Green Queso, receta estándar de costos. Quito.

- **Hamburguesa B-Green Queso (Sustituto Plátano Verde).**

Tabla 21. Hamburguesa B-Green Queso, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Hamburguesa B-Green Queso (Sustituto Plátano Verde)		Código: 002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	13/08/2021		Preparadora: Gabriela Toscano	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Plátano verde	g	\$0.67	200	\$0,0266
Carne	g	\$3,80	125	0,475
Queso Mozzarella	unidad	\$5,10 (50 unid)	1	\$0.1020
Lechuga	g	\$0.62	1	\$0.0206
Tomate riñón	g	\$1,00	2	\$0.0238
Cebolla perla	g	\$1,10	3	\$0.0071
Sal	g	\$0.60	5	\$0.003
Paprika	g	\$1.60	5	\$0.008
Margarina	g	\$8,26	10	\$0,0027
FOTOGRAFÍA			Total bruto	0,6455
			5% imprevistos	0,0323
			Total neto	0,6778
			Gasto de fab. 15%	0,1017
			Factor costo 33,33%	0,2259
			M.O. 45%	0,3050
			G. Admin 12%	0,0813
			100% utilidad	\$0,6455
			Subtotal	\$2,0372
			12% IVA	\$0,2445
			Total	\$2,2816

3.9 Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 22. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$250,00	\$1500,00	\$3000,00

Toscano, G. (2021). Arriendo del local. Quito.

- **Equipos industriales.**

Tabla 23. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Picadora de papa industrial	1	\$29,99	\$29,99
Refrigerador Mabe Acero Inoxidable 14 Pies	1	\$379,99	\$379,99
Vitrina Frigorífico 120 Lts- Mini Bar Vidrio Templado	1	\$229,00	\$229,00
Oster Licuadora Original Clásica Tres Velocidades	1	\$69.99	\$69.99
Tanque de gas 30kg	1	\$54.50	\$54.50
Cocina, plancha, freidor y recibidor	1	\$230.00	\$230.00
Parrilla Para Asados Con Roca Volcánica Hacemos A Medidas	1	\$350,00	\$350,00
Balanza digital	1	\$37,99	\$37,99
TOTAL			\$1381,46

(Ver anexos 8)

Toscano, G. (2021). Equipos industriales. Quito.

(Ver anexos 7) Toscano, G. (2021). Hamburguesa B-Green Queso, receta estándar de costos. Quito.

- **Equipos de computación.**

Tabla 24. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sistema Facturación Caja Máquina Registradora Computarizada	1	\$780.00	\$780.00
Impresora Todo-en-uno Hp Deskjet Ink Advantage 2375	1	\$40.00	\$40.00
TOTAL			\$820.00

(Ver anexo 9) Toscano, G. (2021). Equipos de computación. Quito.

- **Muebles y enseres.**

Tabla 25. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesas Y Sillas Para Restaurante	4	\$115.00	\$460.00
Estantería metálica	2	\$45.00	\$90.00
Mesa de trabajo acero inoxidable con lavabo	1	\$150,00	\$150,00
Mesa de trabajo acero inoxidable	1	\$125,00	\$125,00
Tabla de picar grande	2	\$15.00	\$30.00
Chuchillos Tramontina	2	\$26.00	\$26.00
Repostero Biostyle 3 Litros	3	\$2,30	\$6.90
Repostero Innova Morado 0.75 Litros	10	\$1.24	\$12.40
Tazón Bowl Tramontina Acero Inox 8,3l Recipiente C/tapa	3	\$23.00	\$67.00
TOTAL			\$967,30

(ver anexo 10)

Toscano, G. (2021). Muebles y enceres. Quito.

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 26. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$22,96	\$22,96
Bomba de mano desinfectante	2	\$5.00	\$10.00
Detector de gas GLP	1	\$22.00	\$22.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	1 juego	\$20.00	\$20.00
TOTAL			\$74.96

(ver anexo 11)

Toscano, G. (2021). Equipos industriales de seguridad. Quito.

- **Suministros de oficina.**

Tabla 27. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$3.50	\$3.50
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	1	\$0.45	\$0.45
TOTAL			\$21.14
TOTAL ANUAL			\$253.48

(ver anexo 12)

Toscano, G. (2021). Suministros de oficina. Quito.

- **Servicios básicos.**

Tabla 28. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$150.00
Luz	\$100.00
Teléfono	\$25.00
Internet	\$50.00
TOTAL	\$325.00
TOTAL ANUAL	\$3900.00

Toscano, G. (2021). Servicios básicos. Quito.

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 29. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	2	\$2,43	\$4,86
Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
Cloro de 1 Galón	1	\$3,93	\$3,93
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$7,84	\$7,84
Esponja Master Brill Mixta	1	\$0.37	\$0.90
Esponja lavaplatos	2	\$0,37	\$0,74
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Lavalozza Líquido Dersa 2000 ml	2	\$4,19	\$8,38
Pala	1	\$1,50	\$1.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.89	\$5.89
Papel higiénico jumbo	2	\$12,82	\$25,64
Toalla de papel	4	\$2,00	\$2,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	2	\$8,00	\$16,00
TOTAL			\$86,43
TOTAL ANUAL			\$1037,16

(ver anexo 13)

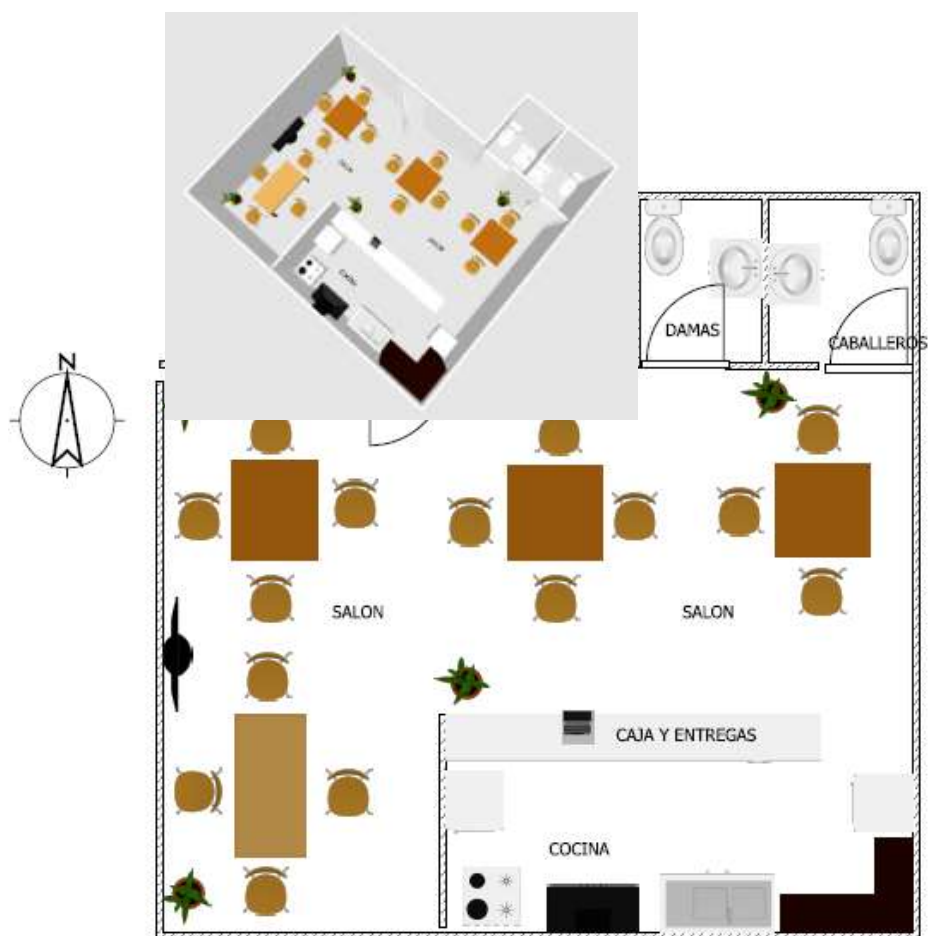
Toscano, G. (2021). Materiales de limpieza. Quito.

3.10 Estudio arquitectónico

Para el diseño del restaurante Burger Green se toma en cuenta la capacidad instalada de acuerdo por el número de colaboradores de la empresa y el aforo que se manejará (16 personas). Por lo que se ha considerado todos los espacios específicos para el personal, donde el mismo pueda desempeñarse con total facilidad en sus tareas y de igual manera cada estación de trabajo estar identificada con señaléticas y también los espacios serán adecuados para los clientes.

Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 29. Estructura del establecimiento.



Toscano, G. (2021). Estructura del establecimiento. Quito.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los tramites y permisos pertinentes.

- ***Servicio de Rentas Internas / SRI***

En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2021).

Para obtener el RISE se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Para justificar el domicilio y sucursal presentar uno de los siguientes documentos: planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono), factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada, predio urbano o rural, estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito, notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos, contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato, certificado del registro de la propiedad; escritura de compraventa del inmueble, documento emitido por la entidad pública en el que conste la dirección, patente municipal, permiso de bomberos, certificaciones de uso de locales u oficinas, certificado de domicilio otorgado por la Junta Parroquial más cercana. (Ver anexo 14. Tríptico RISE)

- ***Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA***

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCSA, se debe cancelar un valor de \$96,00 y los requisitos que solicitan son (ARCSA, 2021).
(Ver anexo 15. Tasas vigentes 2020)

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso. (ARCSA, 2021).

- ***Patente Municipal***

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. Los requisitos que se solicitan son (PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES, 2020).

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual.

- ***LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ)***

Para obtener la LUAE se necesitan los siguientes requisitos y no tienen ningún costo (PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS, 2021).

(Ver anexo 16. Formulario para la obtención del LUAE)

- Formulario de Solicitud LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cedula
- Copia de papeleta de votación vigente
- Copia del nombramiento del representante legal

Dentro de este permiso se toman en cuenta algunos factores, como:

- Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- Si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
- Si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
- Si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

- ***IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)***

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS www.iesg.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

- ***Requisitos Obligatorios obtención del permiso de Bomberos.***

Los propietarios que cumplan con la normativa vigente y los requisitos del Sistema de Protección contra Incendios en edificaciones pueden obtener de manera permanente el "Permiso de Ocupación para edificaciones". No tiene ningún costo.

- Solicitud de Inspección para obtener el Permiso de Ocupación en el link: Sistema Declarativo
- Cédula del Propietario del Proyecto escaneada en PDF
- Cédula del Profesional Responsable del Sistema de Incendios. escaneada en PDF

- Copia del Certificado de Visto Bueno de Planos. (PDF)

Luego de la inspección el profesional responsable debe entregar al analista técnico lo siguiente:

- Certificado de instalación y pruebas del sistema de detección y alarma.
- Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua.
- Certificado de la Resistencia al fuego de la estructura metálica y/o madera vista.
- Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mín.
- Certificado Instalación, Pruebas de Presión y hermeticidad del sistema de supresión con agua.
- Certificado de Instalación y pruebas de Presurización de Escaleras.
- Certificado de Instalación de Pararrayos.
- Registro fotográfico específico de cada Sistema contra Incendios.

- ***Derechos de reproducción SAYCE***

Por los derechos de reproducción de obras musicales, sea que el soporte se produzca en territorio nacional o se importe, se aplicará la tarifa del 12 %, sobre el precio de venta al público sin IVA de cada soporte fotomecánico fabricado, para lo cual se tomará como referencia la media del valor señalado por vendedores y detallistas en el mercado.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

Burger Green considera que las actividades alimenticias deben ser asumidas de manera responsable por el administrador del restaurante quien es el responsable de verificar el cumplimiento de las buenas prácticas ambientales y sociales, que es de suma importancia para toda empresa y más aún cuando se trata de restaurantes, para mejorar la calidad de cada una de las áreas de trabajo y conocer profundamente el manejo responsable que debería tener los restaurantes para con los desechos y residuos orgánicos e inorgánicos para mantener un ambiente más limpio, responsable y sustentable.

El impacto social se visualiza principalmente en la generación de fuentes de trabajo, dicho aspecto favorece el desarrollo económico social en el Sector Cinco Equinas. Por otra parte, entre los impactos sociales se prevé un mayor desarrollo alimenticio, entendiendo que Burger Green incorpora unos componentes nutricionales en la oferta del producto-servicio.

5.2 Estrategias

Para poder llevar a cabo estas medidas se ha considerado en tres estrategias como:

Mitigación: Un programa de mitigación incluye el diseño y ejecución de obras, actividades o medidas dirigidas a moderar, atenuar, o disminuir los impactos negativos que pueda generar sobre el entorno humano y natural.

Control: El control es requisito indispensable para que la aplicación de las medidas no se separe de las metas o se desvíen de los objetivos ambientales.

Manejo o compensación: En los casos que se generen impactos ambientales significativos que no pueden mitigarse, es necesario diseñar medidas o acciones mediante las cuales se propone restituir los impactos ambientales.

5.3 Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Burger Green.

- **Acumulación de desechos:** la recolección de los desechos que generan clientes al momento que ingresen o salgan del local, tales como: fundas, servilletas, botellas, entre otros.
- **Contaminación de los residuos aceites vegetales:** el uso de recipientes no adecuados para el almacenamiento de residuos de aceites vegetales. Sin tomar en cuenta que puede ser reciclado o vendido.
- **Generación y manejo de residuos sólidos:** es cuando se realiza la recolección en una sola funda y se manda todos los desechos sólidos, reciclables y lo cual genera una falta de compromiso con el ambiente.
- **Contaminación al momento de limpiar:** cuando se realiza la limpieza de pisos, cocina, utensilios de cocina y demás se lo realiza con productos químicos que al mezclarse con agua se convierten en aguas residuales y si no se evacuan por tuberías con el tiempo provocará contaminación al medio ambiente.
- **Consumo de electricidad:** los frigoríficos donde se congelan los helados consumen mucha energía.
- **Consumo de agua:** al momento de realizar la limpieza del establecimiento y los utensilios de cocina si no se realiza un control del agua se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por Burger Green.

- Llevar un control de acuerdo con el horario de recolección de la empresa EMASEO de estos desechos que se acumulan durante la semana.
- Mantener en bidones con su identificación de residuos de aceites vegetales y contratar personal calificado que compre para reutilización de estos aceites.

- Utilizar productos amigables para el medio ambiente, es decir biodegradables que no contaminen y no afecten.
- Mantener las refrigeradoras y congeladoras conectadas a un adaptador de consumo de energía.
- Para reducir el gasto de agua se considera el uso de grifos temporizados en todas las áreas del restaurante.

5.4 Impacto social

Área de atención al cliente

Se colocará señalización de no está permitido fumar y así precautelar el bienestar de todos los clientes.

Igualdad de género

Desarrollar una política de igualdad de género que evita la discriminación profesional en salarios, trato, carreras profesionales. También se aceptarán colaboradores de ambos sexos que acepten las políticas internas del negocio.

Riesgo en accidentes Laborales

El personal deberá asistir debidamente uniformado y hacer uso correcto de los implementos de acuerdo a las capacitaciones impartidas. El uso de un botiquín de primeros auxilios visible debidamente equipado con todo lo necesario para cortaduras, quemados e infecciones estomacales.

Generar empleo

Burger Green generará empleos a personas del sector, para el crecimiento económico de ellas y del barrio.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

Este capítulo está enfocado en la parte financiera de Burger Green y en la presentación de las fuentes de financiamiento para lograr el inicio de operaciones y la funcionalidad de este. Además, sirve como base para saber acerca del grado de factibilidad que va a tener el proyecto de en mercado, ubicado en las Cinco Esquinas; asimismo, conocer las estimaciones y proyecciones futuras sobre el caso económico y financiera que se espera tener en los siguientes 5 años al implantar las inversiones.

6.2 Inversiones

Las inversiones de Burger Green reflejarán el destino que se le va a ofrecer a los fondos financieros para lograr tener una secuencia de recursos necesarios para la prestación del servicio, los que van a ser cada una de las salidas de efectivo elementales para la compra de maquinaria, insumos de cocina y mobiliario requeridos en la ejecución de sus operaciones.

6.3 Activos Fijos

Los equipos industriales necesarios para la producción del producto y en los que se incluyen equipos de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, que suman en activos fijos un total de \$3243,72

Tabla 30. *Activos Fijos*

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
vehículo	0
Equipos Industriales / Seguridad	1456,42
Equipos de Computación	820
Muebles - enseres	967,3
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	3243,72

Toscano, G (2021). *Activos Fijos Burger Green*

6.4 Activos diferidos

Concierne en todos los gastos para la creación de la empresa, el que cuenta con la suma de \$300 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, traslado, etc.

Tabla 31. *Activos Diferidos*

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	300
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	300

Toscano, G (2021). *Activos Diferidos Burger Green*

6.5 Capital de trabajo

El capital de trabajo, son esos costos e insumos necesarios para la puesta en marcha del plan, el rubro sueldos, salarios/beneficios y materia prima, dichos valores se utilizarán en el transcurso de un año, necesarios hasta que el plan produzca sus propios ingresos.

Tabla 32. *Capital de Trabajo. Anual*

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	18521,2
Servicios Básicos	3900
Material oficina	252,48
Material limpieza	1037,16
Servicio auto	0
Alquiler local	3000
Publicidad	504
Adquisición de materia prima	5500
Gastos financieros	3.500,00
TOTAL INVERSIÓN	43302,28

Toscano, G (2021). *Capital de Trabajo Burger Green*

Tabla 33. *Total de Inversión*

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	3243,72
Total Activos Diferidos	300
Total Capital de Trabajo	43302,28
TOTAL INVERSIÓN	46846,00

Toscano, G (2021). *Total de Inversión Burger Green*

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de 46846,00

6.6 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 34. *Sueldos*

SUELDOS					
PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador-Propietario	500	6000	567	729	6162
Ayudante de cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1300	15600	1474,2	1895,4	16021,2

Toscano, G (2021). *Sueldos Burger Green*

Tabla 35. *Décimos*

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL DÉCIMOS
Administrador-Propietario	500	400	500	900
Ayudante de cocina	400	400	400	800
Cajero	400	400	400	800
TOTAL	1300	1200	1300	2500

Toscano, G (2021). *Decimos Burger Green*

Tabla 36. *Sueldos Totales*

TOTAL SUELDOS	TOTAL DECIMOS	TOTAL ANUAL
16021,2	2500	18521,2

Toscano, G (2021). *Sueldos Totales Burger Green*

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$18521,20 anual.

6.7 Depreciación activos fijos.

Los activos fijos que sufren un desgaste con el paso del tiempo para el establecimiento son los próximos: grupos industriales 10%, conjuntos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando de esta forma un total de \$515,68. Los mismos que se verán reflejados en la siguiente tabla de depreciaciones:

Tabla 37. Depreciación Activos Fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
	VALOR	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	1456,42	10%	145,642
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	820	33,33%	273,306
Muebles y Enseres	967,3	10%	96,73
TOTAL DEPRECIACIÓN			515,68

Toscano, G (2021). *Depreciación Activos Fijos Burger Green*

6.8 Amortizaciones

La Amortización del establecimiento es de un 20% que paralelamente equivale a ciento veinte dólares, debido a que el costo por constitución equivale a trescientos dólares. Este valor que recuperará la empresa por constitución en un tiempo de 5 años.

Tabla 38. Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACIÓN	
Gastos de Constitución	300	20%	60

Toscano, G (2021). *Amortizaciones Burger Green*

6.9 Estructura de capital

La estructuración de capital para Burger Green se encuentra constituido de la siguiente forma: Capital Propio con la suma de \$18302,28 que equivale a una estructura del 42%; costo 12% con una tasa de descuento de 5,1 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$25000 con una estructura del 58% , el costo es del 14 % que otorga el 8,1% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$43302,28 que la suma total da una inversión del 100% y TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,2% valor del indicador de factibilidad de la empresa.

Tabla 39. Estructura de Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
	Valores	Estructura	Costo	TD(tasa desccto.)	
Capital Propio	18302,28	42%	12%	5,1%	
Capital Financiero	25000	58%	14%	8,1%	
TOTAL INVERSIÓN	43302,28	100%		13,2%	TMAR

Toscano, G (2021). Estructura de Capital Burger Green

6.10 Tabla de amortización

La tabla muestra el financiamiento que buscaremos en una Institución Financiera y el pago del préstamo suma \$25000 dólares, con una tasa del 14 % en un plazo de cinco años; lo que genera un pago de interés de anual de \$3500 dólares y a su vez el pago del capital de \$3782,09 dólares que al final del periodo establecido da un saldo de cero dólares. A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 40. Amortización Crédito

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25000
1	7282,09	3.500,00	3.782,09	21.217,91
2	7282,09	2.970,51	4.311,58	16.906,33
3	7282,09	2.366,89	4.915,20	11.991,13
4	7282,09	1.678,76	5.603,33	6.387,80
5	7282,09	894,29	6.387,80	0,00

Toscano, G (2021). Tabla de Amortización. Burger Green

6.11 Punto de equilibrio

Tabla 41. *Datos Punto de equilibrio*

COSTOS FIJOS	
Materia prima	458
Arriendo	250
Sueldos	1543
Ser. Básicos	325
TOTAL	2577

Toscano, G (2021). *Datos Punto de Equilibrio. Burger Green*

Tabla 42. *Margen de contribución*

Precio menu	2,0372	
Costo menu	0,6455	
Ganancia	1,3917	Márgen de contribución

Toscano, G (2021). *Margen de Contribución. Burger Green*

Tabla 43. *Punto de equilibrio*

VENTA	1852	2,0372	3772
COSTO	1852	0,6455	1195
GASTO			2577
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Toscano, G (2021). *Datos Punto de Equilibrio. Burger Green*

Tabla 44. *Ventas /Costos*

VENTAS PROYECTADAS			
3400	6926,48	83117,76	ventas
3400	2194.70	26336,40	costo

Toscano, G (2021). *Ventas/Costos. Burger Green*

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de hamburguesas a vender para poder obtener una rentabilidad

6.12 Costo de ventas

La información de la tabla está contemplada para 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$16250,41 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$20285,46. El costo de venta se basa para un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla 45. Costo de ventas

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		83117,76	85619,60	88196,75	90851,48	93586,11
COSTO DE VENTAS		26336,40	27129,13	27945,71	28786,88	29653,36
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		56781,36	58490,48	60251,04	62064,60	63932,74
GASTOS ADMINISTRATIVOS		18521,20	19078,69	19652,96	20244,51	20853,87
SERVICIOS BÁSICOS		3900,00	4017,39	4138,31	4262,88	4391,19
MATERIAL OFICINA Y LIMPIEZA		1289,64	1328,46	1368,44	1409,63	1452,06
ALQUILER		3000,00	3090,30	3183,32	3279,14	3377,84
PUBLICIDAD		504,00	519,17	534,80	550,89	567,48
DEPRECIACIONES		515,68	515,68	515,68	515,68	515,68
AMORTIZACIONES		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
UTILIDAD OPERATIVA		28990,84	29880,79	30797,53	31741,87	32714,63
GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		25490,84	26910,29	28430,65	30063,11	31820,33
BASE IMPOSITIVA		9240,43	9754,98	10306,11	10897,88	11534,87
UTILIDAD NETA		16250,41	17155,31	18124,54	19165,23	20285,46

Toscano, G (2021). *Costos de Ventas. Burger Green*

6.13 Flujo de caja

El flujo de caja corresponde a los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la Burger Green.

Tabla 46. *Flujo de caja*

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		28990,84	29880,79	30797,53	31741,87	32714,63
DEPRECIACIÓN		515,68	515,68	515,68	515,68	515,68
AMORTIZACIÓN		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
- BASE IMPOSITIVA		9240,43	9754,98	10306,11	10897,88	11534,87
- GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
- PAGO CAPITAL		3.782,09	4.311,58	4.915,20	5.603,33	6.387,80
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICIÓN DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-43302,28	13.044,00	13.419,40	13.785,01	14.137,58	14.473,34

Toscano, G (2021). *Costos de Ventas. Burger Green*

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$13044,00; mientras que para el 5 año esta aumentará a \$14473,34.

6.14 Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de

caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$4950,42.

6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 17,40 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,20% con el TMAR.

Tabla 47. VAN/ TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	4950,25
TIR	17,40%
TMAR	13,20%

Toscano, G (2021). VAN / TIR. *Burger Green*

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- El negocio de los restaurantes cada día sigue creciendo, pero no todos tienen o siguen procedimientos, procesos o realizan un plan de negocios, pues es un punto muy importante de arranque para cualquier negocio porque buscan identificar sus puntos débiles y fuertes, y hacer la diferencia de los demás negocios. Al tener bases, metas y objetivos que le llevarán al éxito; asimismo, consolidarse como un emprendimiento solido en dejar huella por su nombre, imagen, producto y/o servicio y sobre todo generar plazas de trabajo, cumpliendo con todos los beneficios de ley.
- Existe un mercado potencial donde los restaurantes de comida rápida con productos naturales sin aditivos en sus productos de calidad tienen cabida y aún más cuando se interesan por el cliente, de sus necesidades; es decir pensando en él, razón por la que se deduce que los consumidores buscar invertir en su salud, tal y como lo demuestra la investigación realizada. Para llegar al mercado potencial la mayor arma de comunicación y publicidad serán las redes sociales presentando una imagen del producto único y novedoso mediante un servicio de calidad y con empleados comprometidos.
- Se considera importante darle una formalidad al proyecto, ya que debe cumplir con los deberes que adquiere de acuerdo con su actividad económica. Como una empresa legalmente constituida es su responsabilidad cumplir con impuestos o leyes dictaminadas por los gobiernos autónomos y entidades que supervisan, controlan a la empresa.
- Se evaluó la rentabilidad del proyecto teniendo como referencia la tasa de descuento, el TIR y el VAN del proyecto, como se indica a continuación en el caso de proyecto la tasa de descuento propia es del 5,1% y la tasa de descuento financiado es del 8,1% sumando un TMAR del 13,20% que indique a valorar las ventas. Mientras el TIR es

de 17,40% y el VAN es 4950,40, por tal razón el TIR está por encima del TMAR que es un indicador donde el proyecto planteado es viable.

- Factor importante es cuidar del medio ambiente al cumplir con estrategias de mitigación, control y compensación para el ambiente social y sobre todo ambiental.

7.2 Recomendaciones

- Hay que considerar que hoy en día las empresa o emprendimientos surgen de un proyecto bien sustentado en un Plan de negocios que tengan como objetivo en la innovación del producto estrella, que este fusionado con las tendencias actuales y ofrezca al mercado una opción fresca, sana, nutricional y llamativa.
- La creación de los Planes de negocio no solo cumple con el objetivo de incrementar ingresos económicos y generar utilidad, es también ofrecer satisfacción al cliente mediante un servicio de calidad, donde él se sienta único, especial en un ambiente acogedor para que en futuro se fortalezcan las relaciones con los clientes.
- Es importante mantener una buena relación con los proveedores, pilar esencial en creación de una empresa ya que de ellos depende del giro del negocio al distribuir la materia prima razón por la cual es importante implementar alianzas estratégicas.
- La implementación de negocios que comercialicen con comida rápida debe enfocarse en un objetivo nutricional hay que darle mucha importancia ya que dispone de un mercado amplio y de gran aceptación.
- Es necesario planificar un Análisis Financiero no solo para un plazo inmediato, hacerlo al menos para un plazo de cinco años donde se identificarán muchos escenarios donde se harán uso de los recursos disponibles.

8. BIBLIOGRAFÍA

- *Población Quito, Parroquia Chimbacalle*

INEC. (2021). Instituto Nacional de Estadística y Censos. Habitantes o población por barrio en Quito. Recuperado de: https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/osticket_uac/tickets.php?id=4635

INEC (2021). Ubicación. Recuperado de: <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec>

- *Pirámide de Maslow*

Pereya, L. (2020). Administración II. Editorial: Klik Soluciones Educativas. Mexico DF

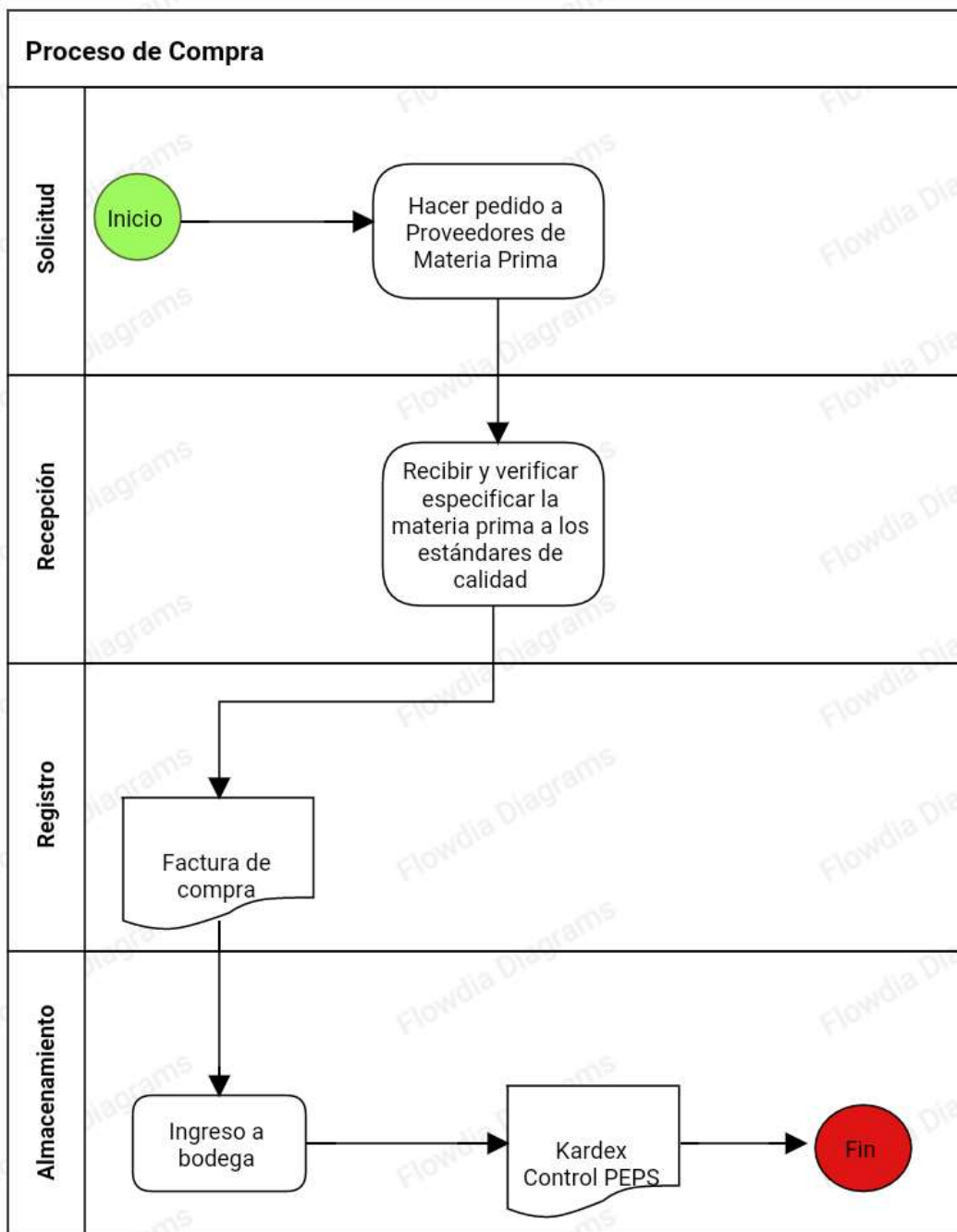
- *Requisitos Patente, Luae, Sayce, ARCSA y SRI*

Recuperado de:

- ✓ <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Inicio.aspx>
- ✓ <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>
- ✓ <https://sayce.com.ec/tarifas-sayce/tarifas-por-reproduccion/>
- ✓ <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/02/TASAS-VIGENTES-2020.pdfv>

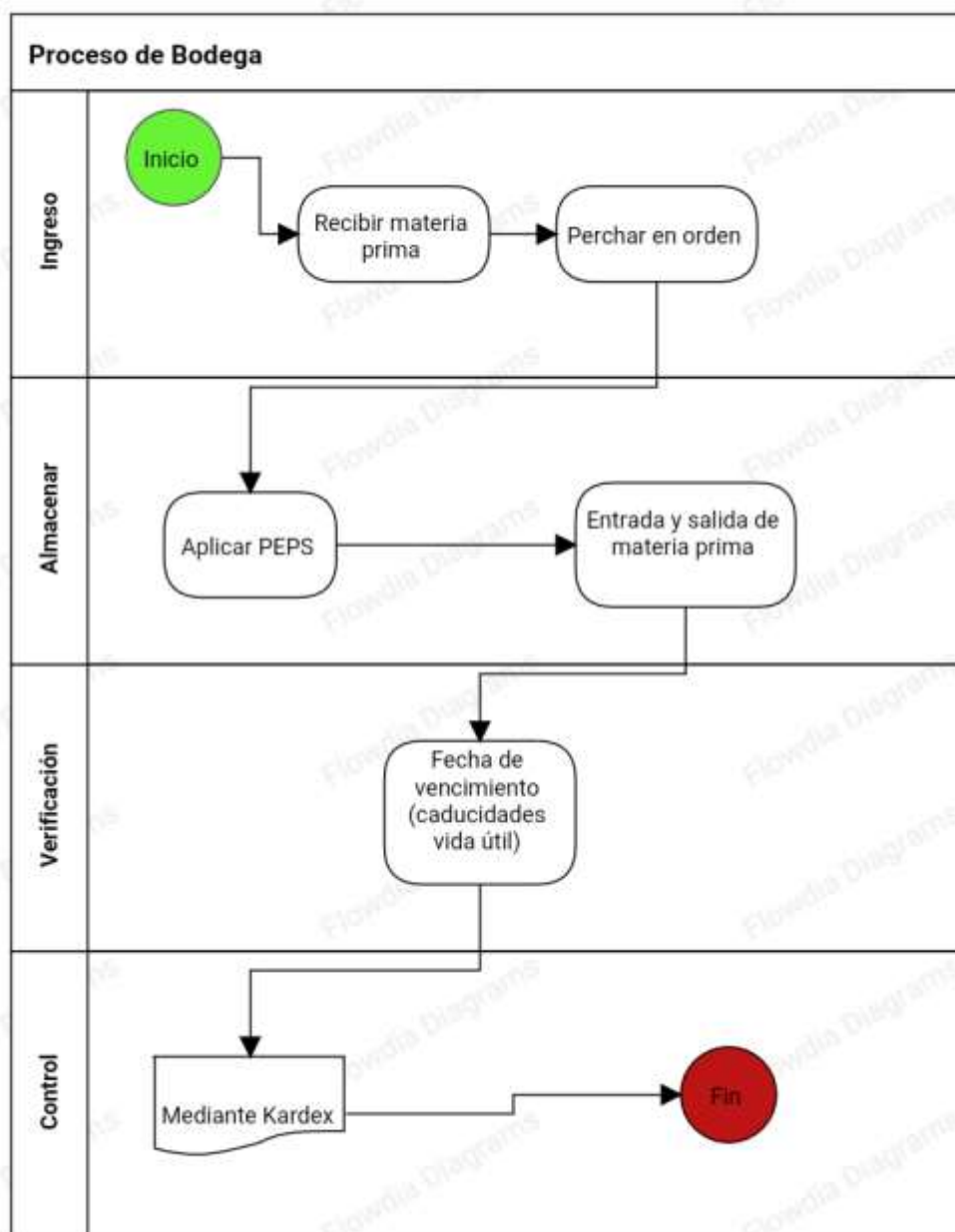
7.3 Anexos

Anexo 1. Proceso de Compra



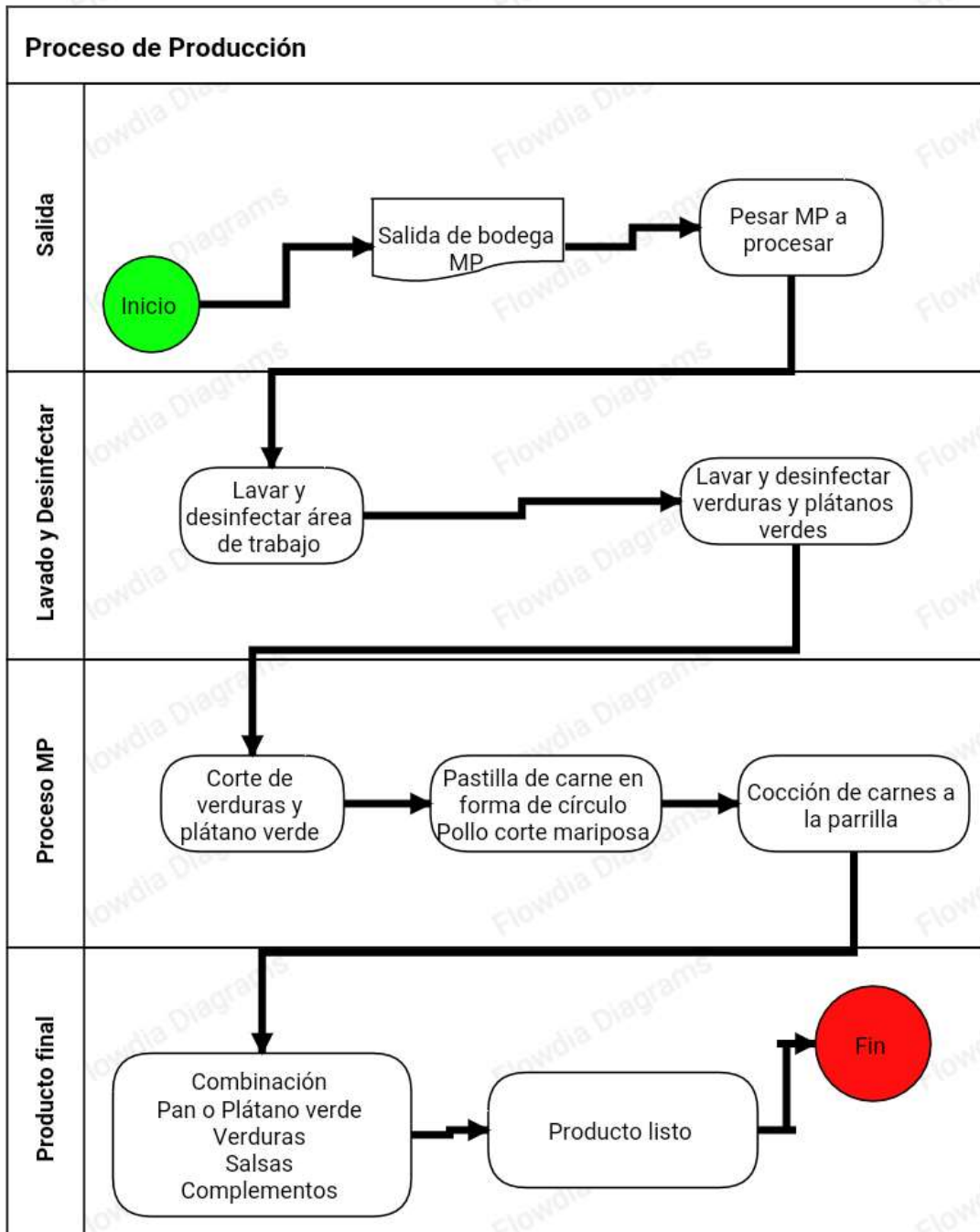
Toscano, 2021. Flujograma del Proceso de compra. Burger Green

Anexo 2. Proceso de Bodega (Almacenamiento)



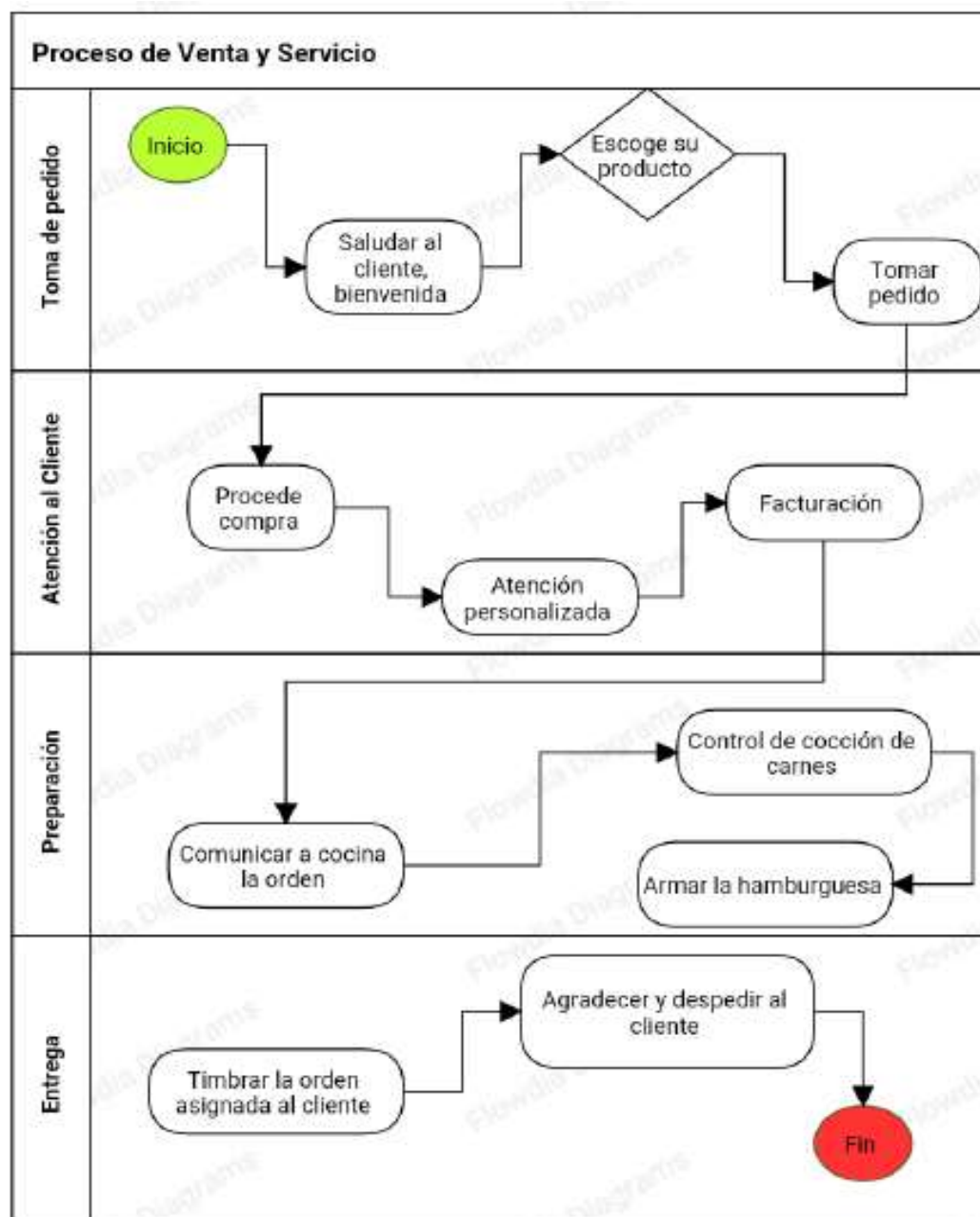
Toscano, 2021. Flujograma del Proceso de Bodega (Almacenamiento). Burger Green

Anexo 3. Proceso de Producción



Toscano, 2021. Flujograma del Proceso de Producción. Burger Green

Anexo 4. Proceso de Venta y Servicios



Toscano, 2021. Flujograma del Proceso de Venta y Servicio. Burger Green

Anexo 5. Tabla datos INEC



CHIMBACALLE: DATOS DE POBLACIÓN, HOGAR, VIVIENDA, MIGRACIÓN A NIVEL CANTONAL, PARROQUIAL, ZONA Y SECTOR CENSAL CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA CPV 2010 POBLACIÓN

Nombre de parroquia	Codigo de zona	Codigo de sector	Población por Sexo			Población por Grupos de Edad										
			Hombre	Mujer	Total	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 años y más
CHIMBACAL	278	1	184	183	367	28	33	36	32	33	31	25	24	21	17	
CHIMBACAL	278	2	182	201	383	25	30	27	34	40	36	36	26	21	19	
CHIMBACAL	278	3	142	159	298	28	26	27	22	23	14	19	18	22	15	
CHIMBACAL	278	4	170	192	362	26	31	31	21	36	26	24	26	27	21	
CHIMBACAL	278	5	196	230	426	36	42	37	47	37	37	36	26	21	26	
CHIMBACAL	278	6	172	167	339	32	21	31	34	26	31	23	23	20	21	
TOTAL CHIMBACALLE			19.385	21.168	40.553	3.280	3.247	3.373	3.711	3.681	3.134	2.771	2.592	2.520	2.100	

Fuente: Censo de Población y vivienda (CPV) 2010
Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Fuente: Censo de Población y vivienda (CPV) 2010. Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC

Anexo 6. Formato encuesta virtual

ENCUESTA SOBRE EL CONSUMO DE HAMBURGUESAS

ENCUESTA

Esta encuesta tiene por objetivo recopilar la opinión del público sobre el consumo que podría tener hamburguesas 100% a la parilla con el uso del glúteno verde como sustituto del pan. La información que nos proporcione será utilizada para realizar una tesis de maestría.

Objetivos:

1. **¿PREFERENCIA: Sexo de respondente?**
Marca solo un óvalo:
☐ Var
☐ Mujer
☐ No sé/No aplica
2. **¿PREFERENCIA: Sexo**
Marca solo un óvalo:
☐ Masculino
☐ Femenino
3. **¿PREFERENCIA: Edad?**
Marca solo un óvalo:
☐ 18 a 22 años
☐ 23 a 30 años
☐ 31 a 50 años

ENCUESTA

ENCUESTA SOBRE EL CONSUMO DE HAMBURGUESAS

4. **¿Usted consume hamburguesas?**
Marca solo un óvalo:
☐ SI (Sigue la encuesta)
☐ NO (Finalizar)
5. **¿Con qué frecuencia consume hamburguesas?**
Marca solo un óvalo:
☐ Mucho
☐ Frecuentemente
☐ A veces
6. **¿Cuál es su lugar favorito para consumir hamburguesas?**
Marca solo un óvalo:
☐ Foodburger
☐ McDonald's
☐ El Dorado
☐ Burger King
☐ Otro: _____
7. **¿Qué le llama la atención al ingresar en un establecimiento o local?**
Marca solo un óvalo:
☐ Limpieza y orden
☐ Personal
☐ Variedad de Menú
☐ Atención al cliente

Toscano, G. (2021). Formato encuesta de Google Forms. Quito.

ENCUESTA DE OPINIÓN SOBRE EL CONSUMO DE HAMBURGUESAS

8. ¿Al Consumir una hamburguesa que considera importante? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sabor

☐ Ingredientes

☐ Preparación

☐ Precio

9. ¿Cómo le gusta la preparación? *

Marca solo un óvalo.

☐ A la Pírrica

☐ A la Parrilla

☐ Otro: _____

10. ¿Ha probado otro sustituto del pan? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ NO

☐ Otro: _____

11. ¿Conoce los beneficios del plátano verde, de los enumerados indique cuál con sí o no? *

Marca solo un óvalo por fila.

	SÍ	NO
Los plátanos verdes mejoran y regulan tu ritmo cardíaco	☐	☐
Luchan contra las enfermedades intestinales	☐	☐
Mejoran tus defensas	☐	☐
Reducen el colesterol	☐	☐
Previene la obesidad	☐	☐

12. ¿Estaría usted dispuesto a consumir hamburguesas 100% a la Parrilla de carne o pollo, sustituyendo el pan por plátano verde? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

13. ¿Le gustaría un lugar donde usted vive o cerca de su sector, le ofrezcan productos de calidad con un valor nutricional, sin tener que trasladarse a un centro comercial? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

Toscano, G. (2021). Formato encuesta de Google Forms. Quito.

Anexo 7. Proformas para los ingredientes principales de Hamburguesas Burger Green

Verduras Guadaproducts

GUADAPRODUCTS CIA LTDA.									
K 25 VIA INTEROCEANICA									
1792724797001 BOL 100-15 Quito-Ecuador									
CLIENTE: CODIGO: 3000561 DIRECCION: TELEFONO:					PEDIDO PROFORMA N° 10008730 EMISION: 13/08/2021 VENDEDOR: 01 GENERAL				
N°	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UND	PRECIO UND	DESCU	IVA	TOTAL	
1	TR002	TOMATE P/COM (VARIADO) GRANEL KG	20.00	KG	1.12	0.00	0%	22.40	
2	LEG001	LECHUGA CRICOLA GRANEL KG	20.00	KG	0.62	0.00	0%	12.40	
3	CEB000	CEBOLLA PERLA GRANEL KG	17.00	KG	1.20	0.00	0%	20.40	
4	CUL008	CULANTRO KG	0.40	KG	1.40	0.00	0%	0.56	
5	AGU005	AGUACATE SURIN GRANEL	5.00	KG	1.70	0.00	0%	8.50	
Observaciones:								SUBTOTAL: 74.26	
DIRECTOR: ELABORADO								DESCUENTO: 0	
								IVA: 00 %	
								TOTAL: 74.26	
LA CANTIDAD DE: SESENTA Y SEIS CON 40/100									
RECIBI CONFORME									
Fecha: _____									
Ci: _____									

Clasic Bun

		Padre Guerrero E14-147 y Av. de las Aronas Teléfono: 328 0213 / 328 0218 E-mail: ventas@clasicbun.com Quito - Ecuador		NOTA DE ENTREGA RUC: 1691621340001 JOSE MIGUEL LUZURIAGA ROSALES NE-001-001-0228424	
Fecha: Jueves, 12 de agosto de 2021		No Orden:		Ced/RUC: 170249964001	
Cliente:		Val. Unit.		Total	
Dirección:		6		1	
Teléfono:		1		PAN HAMBURGUESA	
		0,27		1,62	
		SubTotal:		1,62	
		IVA 12%:		1,62	
		Total:		1,62	
bi Conforme: _____		Facturado Por: _____			
Debo y pago a la orden de JOSE LUZURIAGA el valor total expresado en este documento. Renuncio domicilio y me someto a los Jueces competentes de esta ciudad.					

Precios tomados del Mercado Mayorista

PRODUCTO	PRECIO	UNIDAD
Papa Super Chola	\$25	Quintal
Plátano Verde	\$8	Kilo

Toscano, G.(2021). Precios Mercado Mayorista

Precios de Pollo o carne res por kilo



PECHUGA EN BANDEJA LÍNEA DIARIA - PESO:
0,6 A 0,9KG
\$ 4,91
Impuestos incluidos

RES MOLIDA TIPO 2 VACIO POR KILO



\$ 3,80
Incluye impuestos

Anexos 8. Equipos Industriales

Cortador picador de papas industrial cortadora



DESCRIPCIÓN:

- ✓ De acero inoxidable
- ✓ corte 6x6

VALOR
\$ 29,99

Refrigerador mabe acero inoxidable 14 pies



Descripción

Modelo RMA250FYEU

VALOR \$379,99

- ✓ Capacidad 239 litros
- ✓ Sistema no Frost.
- ✓ Nueva lámina extreme Inox.
- ✓ Diseño de manijas ergonómicas.
- ✓ Moderno Ice twist en la puerta del congelador.
- ✓ Bandeja para carnes.
- ✓ bandejas de cristal templado en el conservador y 1 parrilla en el congelador.
- ✓ Iluminación LED en el conservador.
- ✓ Dispensador de agua.
- ✓ 3 anaqueles multiusos y 1 anaquel organizador.
- ✓ Porta huevos de 8 cavidades.

- ✓ Cajón verdulero con tapa de cristal.

Vitrina Frigorifico 120 Lts- Mini Bar Vidrio Templado



DESCRIPCIÓN

- ✓ Capacidad: 120 Litros
- ✓ Color: Silver
- ✓ Puerta: Puerta reversible, en lámina lisa
- ✓ Tipo de manija: Manija incorporada lateral
- ✓ Puerta: Vidrio resistente
- ✓ Tipo de refrigerante: R600a
- ✓ Rango de temperatura: 2 - 8 C°
- ✓ Exhibidora: Si
- ✓ Potencia: 66W
- ✓ Símbolo de la clase (ST o T) Subtropical
- ✓ Voltaje: 110V - 60Hz
- ✓ Dimensiones: Ancho: 40cm
- ✓ Alto: 89cm
- ✓ Profundidad: 41cm
- ✓ Peso: 10Kg

✓ VALOR \$ 229,00

Oster Licuadora Original Clásica Tres Velocidades



DESCRIPCIÓN

- ✓ Potente motor de 600 vatios.
- ✓ Jarra de vidrio refractario con capacidad para 5 tazas (1,25 litros).
- ✓ Control giratorio de 3 velocidades.
- ✓ Cuchilla trituradora de hielo.
- ✓ Sistema de impulsión totalmente metálico All-Metal Drive.
- ✓ Tapa hermética con copa medidora.
- ✓ VALOR \$69,99

Tanque de gas 30kg



DESCRIPCIÓN

- ✓ Cilindro de Gas Agip Nuevo de 45 kg.
- ✓ Regulador o válvula Continental de 2 Kg con gasómetro
- ✓ Metros de manguera reforzada de 300 PSI
- ✓ Abrazaderas Titan 10-04 Pro
- ✓ VALOR \$54,50

Cocina, plancha, freidor y recibidor acero inoxidable



DESCRIPCIONES

- ✓ Cocina, plancha, freidor y recibidor
- ✓ Cocina industrial freidora plancha y una hornilla
- ✓ Acero inoxidable y galvanizado

VALOR \$ 230,00

Parrilla Para Asados Con Roca Volcánica Hacemos A Medidas



DESCRIPCIÓN

- ✓ Medidas:
- ✓ metro de largo
- ✓ 90 cm de altura
- ✓ 60 cm de profundidad
- ✓ Grill para asados en acero inoxidable
- ✓ Parrilla para asados con roca volcánica
- ✓ VALOR \$350

Balanza Digital Electrónica 40kls Nuevas De Oferta



DESCRIPCIÓN

- ✓ Medidas de 37,4cms x 35,5cms x 13,3cms
- ✓ Sistema computarizado
- ✓ Memoria para precios
- ✓ Batería interna
- ✓ Trabaja a corriente 110v
- ✓ Pesa en kilos y marca peso y precio por kl.
- ✓ VALOR \$37,99

Anexos 9. Equipos de Computación

Sistema Facturación Caja Máquina Registradora Computarizada



Descripción

Sistema de gestión para restaurant o punto de venta. Ofrece una solución tecnología, económica y fácil de usar para mejorar la gestión entre el dueño, administrador, mesonero y sus clientes. Podrás tomar pedidos y enviar comandas a la cocina y a la barra, podrás hacer cuentas separadas por comensal, manejar de zonas. Términos de cocción, contornos, adicionales y promociones. Desde cualquier lugar podrás ver en tiempo real el cuadro de caja, resumen de ventas diarias, semanales, mensuales, anuales, facturación por ítem con

existencias, costo y utilidad, facturación por clasificación, Nuestra solución está diseñada para cualquier tipo y tamaño de restaurant, cafetería o pub.

VALOR \$ 780,00

Impresora Todo-en-uno Hp Deskjet Ink Advantage 2375



CARACTERÍSTICAS:

- ✓ Impresora, copiadora, scanner a color, Hasta 20 ppm
- ✓ Usa 2 cartuchos de color y negro
- ✓ Conexión USB
- ✓ Velocidad 7,5 ppm en negro/5,5 ppm en color
- ✓ Bandeja de 60 hojas
- ✓ Incluye 2 cartuchos, cable, guía

Anexo 10. Muebles y enseres

Mesas Y Sillas Para Restaurante



Descripción:

- ✓ Mesa de 100x60cm 15mm de grosor
- ✓ 4 sillas asiento redondo
- ✓ Pintura electrostática o al horno
- ✓ cloro del tapiz a su elección
- ✓ tablero garantía de 1 año en la estructura metálica

Estantería metálica



- ✓ Estantería soldada de carga liviana colores 180x94x33 (50 libras por piso) usd 4
- ✓ Fabricada en lamina de hierro negro, recubierta en pintura electrostática epoxy-polyester gris, de 2 metros de alto, 94cm de largo y 33cm de ancho.
- ✓ Incluye:
 - (5) entrepaños medidas 94*33cm (pisos)
 - (4) parantes 200(alto)*4(fondo)*4(ancho)cm
 - (4) regatones plásticos (patas de plástico para protección del piso)

Mesa de trabajo acero inoxidable con lavabo



Fregadero lavaplatos lavabo cocina + mesa acero inoxidable

Mesas de trabajo y mesas lavabo con grifo y sifón en acero inoxidable 1 mm espesor con patas acero quirúrgico antimagnético

Mesa De Trabajo Acero Inoxidable



DESCRIPCIÓN

- ✓ 13 x 90 x 50 con piso inferior
- ✓ Mesas de trabajo acero inoxidable
- ✓ Mesa acero inox dos niveles, medidas 113 x 60 x 90

Tablas de picar



DESCRIPCIÓN

- ✓ Polipropileno, Poliestireno, Policarbonato,

Cuchillos tramontina



DESCRIPCIÓN:

- ✓ Set x 2 Piezas Cuchillo Chaira Lisa Tramontina Modelo Profesional.
- ✓ Cuchillo fabricado con el mejor acero inoxidable, mango de polipropileno antibacteriano.
- ✓ Chaira de acero al carbono cromado, con mango de polipropileno antibacteriano.

Repostero Biostyle 3 Litros



DESCRIPCIÓN

Recipiente para alimentos.
Libre de olor y manchas.
Apto para microondas con tapa abierta,
congelador y lavaplatos.
Tapa fácil de usar.

Repostero Innova Morado 0.75 Litros



DESCRIPCIÓN

Repostero. Modelo: Innova. Repostero apto para Microondas, Congelador.

Resistente. Abre fácil. Ideal para la decoración y organización en su cocina.

Tazón Bowl Tramontina Acero Inox 8,3l Recipiente C/tapa



DESCRIPCIÓN

Tramontina de acero inoxidable con tapa plástica para preparar y servir de 28 cm de diámetro y 8,3 L,

Anexos 11. Equipos industriales de seguridad.



Extintor (polvo seco) 10 lb



Bomba de mano desinfectante



Detector de gas GLP



Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)

Anexos 12. Suministros de oficina.

			
PROFORMA N° 0002345	FECHA: 02/08/2021		
CLIENTE: FINAL	VENDEDOR: Eduardo Landeta		
PRODUCTO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO
Resmas De Papel Bond	Magnun 75gr Resmas A4	1	\$3,50
Grapadora mediana 2241	Escritorio tamaño mediano plástica con grapas # 26/6	1	\$3,79
Grapas #10 ref.1188	Grapas metálicas #10 caja de 1000uni	1	\$0,35
Bolígrafo punta fina BPT-PFCINE	Tinta base de Aceite, punta 0.7mm, cuerpo plástico	1	\$0,29
Perforadora mediana metálica 15132	Perforadora de 2 orificios metálica tamaño mediano pa	1	\$4,75
Archivador Oficio PVC Lomd	Interior y cubierta de PVC duradero.	1	\$4,80
Vincha metálica con seguro	De 8 cm con seguro, 10uni	1	\$0,75
Folder Oficio de Cartulina Manila	Cuenta con media ceja para nombrarlo con respecto al contenido de las hojas que guarda		
Tijera Oficina	Simétrica Standard Cabo Plástico 21881	1	2.18
		Subtotal	\$16,28
"El aprendizaje es un tesoro que sigue a su propietario durante toda la vida"		IVA 12%	\$1,95
		TOTAL	\$18,23

Anexos 13. Materiales de Limpieza



Amonio Cuaternario Galón – (Zakk...

~~\$13,09~~ **\$7,00 + iva**

Disponibilidad: 410 disponibles

Ficha Técnica Poderoso bactericida con base activa de amonios, cuaternarios de quinta generación, que lo hace efectivo ante una amplia gama de gérmenes y bacterias. Presentación: Galón.

 **Compra en línea con los Mejores Precios**



Guantes Master especia. rojo Calibre 18

\$1,43 + iva

Talla

Ficha Técnica Guante de caucho a base de látex natural con excelente elasticidad, ergonómico y anatómico. Tratado interiormente para un fácil colocarlo. Halogenados para disminuir la presencia de proteínas y químicos residuales que podrían causar alergias. especializado antibacterial. Ítem: 1012912 – 1012911 – 1012910.



Alcohol Desinfectante En Gel Antibacter...

~~\$19,70~~ **\$9,00 + Iva**

Disponibilidad: 497 disponibles

Añadir al carrito

Ficha Técnica Alcohol Desinfectante En Gel Antibacterial a base de alcohol etílico, con una amplia actividad bactericida contra: *Staphylococcus aureus*, *Enterococcus faecalis*, *Escherichia coli*, *Pseudomonas aeruginosa*, etc. Pósee principio activo no tóxico, no deja efecto residual y de buena compatibilidad con la piel humana. BIOGEL por sus propiedades humectantes, da un efecto refrescante, suavidad y un agradable olor a limón; además posee una actividad bactericida invariable a pH y temperatura corporal.



Escoba De Cerda Suave Con Fibras de PVC

\$2,17 + Iva

Disponibilidad: 21 disponibles

Añadir al carrito

Ficha Técnica Escoba De Cerda Suave fabricada con fibras rígidas de PVC para darle suavidad. Escobas para trabajos en pisos finos y domésticos propensos a rayones. Mango de madera con tornillo, que permite el intercambio de cabezas.

SRL-1051033

Categorías: Limpieza, Limpieza, Limpieza, Limpieza Y MANTENIMIENTO

Etiquetas: Escoba



Jabón Líquido De Manos Biohand Floral ...



\$5,26 + iva

Disponibilidad: 19 disponibles



Añadir al carrito

Ficha Técnica Jabón Líquido De Manos Biohand Floral, de amplio espectro microbiano, excelente acción contra bacterias grampositivas y gramnegativas, hongos y levaduras, además no deja residuales tóxicos. Presentación 1G



Trapeador Industrial Fibras De Algodón...



\$3,03 + iva

Disponibilidad: 19 disponibles



Añadir al carrito

Ficha Técnica Trapeadores Industriales fabricadas con fibras de algodón retorcido para máxima absorción y retención de líquidos con vincha metálica de sujeción que maximiza la durabilidad. Presentación: 400G.

SKU: 1051109

Categorías: Limpieza, Trapeador, LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

Etiquetas: Trapeador



Nuevo · 2 versiones

Gel Alcohol Antibacterial Galon

U\$S 8

 Pago a acordar con el vendedor
[Ver información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad · (54 disponibles)

[Comprar ahora](#)

 24 meses de garantía de fábrica.



Cloro Bioclean Tq5 Liquido Al 5% (1G)

\$3,14 + Iva

Disponibilidad: 11 disponibles




[Añadir al carrito](#)

 **Ficha Técnica** Hipoclorito de sodio al 5%, desinfectante germicida, amplio rango de aplicaciones, controla y elimina la proliferación de bacterias como Escherichia Coli, Salmonella Typhi, Pseudomona Aeruginosa, hongos y levaduras en general. Presentación (1G)

SKU: 1051013

Categorías: [Cloro](#), [Limpieza](#), [LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO](#)

Etiqueta: [Cloro](#)





LAVALOZZA LIQUIDO DERSA 2000 ML

\$4,19

LAVALOZZA LIQUIDO DERSA 2000 ML

☐ Añadir a favoritos

SKU: 1051040

CATEGORÍA: Limpieza y Mantenimiento

Descripción Información adicional Valoraciones (0)

El líquido Dersa contiene nanopartículas con tecnología MOC que eliminan mejor los malos olores con menos agua, es de alta calidad con una fragancia espectacular. Tiene un poder engrasante que elimina todo tipo de residuos.





Fibra Master Brill Verde Económica

\$0,25 + iva

Disponibilidad: 393 disponibles

Ficha Técnica Recomendada para cocinas, ideal para remover grasa de utensilios de cocina, fibras con mayor duración, no dejan residuos, lavado de ollas y utensilios.

SKU: 1051040

Categorías: [Fibras](#), [Limpieza](#), [LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO](#)

Etiqueta: [Fibras](#)





Esponja Master Brill Mixta (Unidad)



\$0,33 + iva

Disponibilidad: 5 disponibles



1



Añadir al carrito

 **Ficha Técnica** Esponjas para remover los residuos adheridos en ollas, sartenes, platos y utensilios.

SKU: 1051142

Categorías: [L. Esponja](#), [L. Limpieza](#), ► [LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO](#)

Etiqueta: [Esponja](#)

Anexo 14. Tríptico RISE

Régimen Impositivo Simplificado

El Régimen Impositivo Simplificado (RIS) es un sistema de imposición alternativa que facilita y simplifica el pago del IVA y del impuesto a la Renta a través de ciertos requisitos y límites.

1. Beneficios

- Chóvese de los formularios**
Quien se registre al RIS no necesitará usar formularios y el pago se realizará directamente en cualquier entidad del sistema financiero.
- Se acabaron las retenciones en la fuente**
Al estar fuera del sistema, las personas inscritas en el RIS no deberán pagar en retención.
- No necesitará llevar contabilidad**
Quien se registre en el RIS deberá tener y llevar, pero no deberá controlar en contable que los tiene sus cuentas.
- Llevar sus comprobantes de venta ahora es más fácil**
Los contribuyentes inscritos en el RIS entregarán notas de venta, así, disminuirá luego al momento de su traslado al cliente el tiempo.
- Descuento del 5%**
Por cada nuevo trabajador bajo contrato regular que un empresario afiliado al RIS, dentro que está al día en sus pagos, obtendrá un descuento del 5% en su costo.

2. ¿Quiénes pueden inscribirse?

- Pequeños negocios con ventas anuales inferiores a 200.000 y con menos de 10 empleados.
- Pequeños negocios según propietario, alquilado, persona jurídica, asociado en relación de dependencia, asociado a la sociedad básica del impuesto a la Renta, que se compare con las ventas del negocio, no superen los 200.000 anuales.

3. Actividades que pueden inscribirse:

- alimentos
- perros
- gasolina
- servicios
- movida
- transporte
- servicios de salud
- servicios de mantenimiento y bienes
- servicios de construcción
- trabajo autónomo
- comercio electrónico
- otros servicios de general

4. Responsabilidades del contribuyente

- Actualizar la información cuando regrese o cambie sus ingresos impositivos al momento de inscribirse en el RIS.
- Pagar la información puntualmente o pagarla al día.
- Entregar comprobantes de venta autorizados, exclusivamente, por las transacciones propias del contribuyente.

Recordar:

- Los comprobantes de venta no pueden ser transferidos a terceros, a terceros personas. La responsabilidad de su emisión es del dueño.
- En los recibos de venta o tickets de las máquinas registradoras debe constar la fecha de la transacción y el monto de la venta (por ejemplo: 120.000 y 120.000).
- Se debe entregar comprobantes de venta en transacciones superiores a 10 dólares, aunque a períodos del comprobante se debe emitir por cualquier valor.
- Al finalizar las operaciones diarias, el contribuyente deberá emitir una copia de venta, en la que incluya todos los transacciones realizadas por montos inferiores o iguales a 10 dólares, por los que no emitió un comprobante.
- No se podrá emitir o cambiar la información del comprobante de venta, tampoco emitir comprobantes falsificados o con datos incorrectos.
- Los comprobantes de venta solo se pueden registrar en las impresoras autorizadas por el IRS.

Montos máximos en comprobantes de venta RIS

De acuerdo a la actividad y categoría, existe montos máximos para emitir los comprobantes del RIS.

Monto de ingresos en el RIS	Categorías						
	Categoría 1	Categoría 2	Categoría 3	Categoría 4	Categoría 5	Categoría 6	Categoría 7
Menor a 100.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 100.000 y 200.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 200.000 y 300.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 300.000 y 400.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 400.000 y 500.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 500.000 y 600.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 600.000 y 700.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 700.000 y 800.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 800.000 y 900.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Entre 900.000 y 1.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000

El pago de los deberes tributarios, en el sistema de pago simplificado, se realiza por cada comprobante emitido.

6. Lugar de inscripción

Las inscripciones se realizan en los ventanillas de las agencias del SRI en todo el país.

7. Requisitos para la inscripción

Documento	Original	Copia
acta de nacimiento, foto o credencial de identidad	SI	SI
certificado de inscripción	SI	-
Para justificar el domicilio y nacionalidad (Presentar uno de los siguientes documentos)		
carta de servicios (casas, hoteles o edificios)	SI	-
factura de servicios (luz, agua, teléfono, internet o cualquier otro pago)	SI	SI
propiedad urbana o rural	-	SI
acta de constitución o acta de registro de edificio	-	SI
acta de edificio o edificio en edificación con servicios básicos	-	SI
contrato o factura de arrendamiento	-	SI
contrato de comodato	-	SI
certificado del registro de la propiedad	-	SI
recibo de pago de renta del inmueble	-	SI
inscripción, acta por la cual se otorga o se otorga a otro la propiedad	-	SI
potestad notarial	-	SI
permiso de habilitación	-	SI
certificado de posesión de finca o edificio	SI	-
certificado de derecho otorgado por la Junta Parroquial de señores	SI	-

8. Pago de cuotas

El pago se realizará de acuerdo al número de cuotas del RISE y tendrá la tarifa indicada en la siguiente tabla:

Número de cuotas del RISE	Tarifa máxima de pago	Número de cuotas del RISE	Tarifa máxima de pago
1	10	6	30
2	12	7	30
3	14	8	34
4	16	9	36
5	18	10	38

Responde oportuna a tiempo el valor de sus cuotas RISE y así evitar sanciones e intereses.

Puede pagar el valor de sus cuotas RISE en los bancos y cooperativas autorizadas por el SRI, de forma mensual o anual a fondo cero.

- Los miembros de bancos o cooperativas que cuentan debidamente con los servicios de los bancos o cooperativas con su sistema de identidad e indican al el pago en efectivo por la cuota mensual o anual.
- El cliente autorizado: deberá firmar un convenio de débito automático en las agencias del SRI, donde indica la cuenta corriente o de ahorro de la cual el SRI debitará mensualmente el valor de su cuota RISE.





www.srigub.net

024 266 266 (línea 114)

024 266 266 (línea 114)

024 266 266 (línea 114)

Regimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano

7

Anexo 15. Tasas vigentes ARSA 2020

[illegible]

Anexo 16. Formularios obtención del LUAE

[illegible]

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAEE) EN EL D.M.Q.



El formulario se puede llenar directamente en Actualidad Ecuador o con letra legible y sin borrar cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

TIPO DE PROCEDIMIENTO:

Este registro genera el tipo de acciones administrativas que corresponden a efecto de iniciar el trámite respectivo.

Licencia LUAE:	En caso de que el administrado solicite por primera vez la LUAE.
Renovación LUAE:	A partir del segundo año de haber obtenido la LUAE, y ya tiene asignado un número de LUAE.
Prorrateo Administrativo:	En el caso en que luego de haber obtenido su LUAE, requiere que se incluya una nueva autorización administrativa de los rubros que contempla la LUAE.
Cambio de Actividad Económica:	En caso de variación de actividad económica que implica la generación de una nueva LUAE.
Cambio de Propietario:	En caso de cambio de propietario de la actividad económica, esto implica la generación de una nueva LUAE.
Cambio de Dirección del establecimiento:	Cambio de dirección del negocio, lo que implica la generación de una nueva LUAE.

INFORMACIÓN GENERAL:

Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del municipio involucradas en el proceso de emisión o renovación de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento Público, Inspecciones de Tránsito, Ambiente, Tránsito, Salud y/o Habitación.

Nombre completo y Nombre Comercial:	Corresponde al nombre con el que los clientes abogan al establecimiento, que puede ser la misma marca social o otra.
Dirección actual No.:	En caso de que el establecimiento para el que se solicita la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento ya cuente con un Registro de Pertenencia, favor completar este campo.
RUC No.:	Corresponde al número de Registro Único de Contribuyente del CCI.
Fecha inicio actividad económica:	Si cuenta con el RUC, registre la fecha abo de inicio, caso contrario la fecha en que inició su actividad económica.
Establecimiento No.:	Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el No. de establecimiento descrito en el RUC.
Dirección No.:	Este campo debe ser completado con información del predio en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado.
Licencia Única de Funcionamiento No.:	El número de la LUAE del año inmediato anterior.
Establecimiento Principal o Secundario:	Para el caso de contar con varios establecimientos, identifique claramente con una X en el casillero correspondiente si esta solicitud pertenece al local principal o a una sucursal. Recuerde que solo puede tener un local principal y varias sucursales.
Actividad Económica:	Registre la descripción de la actividad económica principal que se realiza en este establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.

TIPO DE CONTRIBUYENTE:

La esta sección se diferenciara a las personas naturales, personas y jurídicas o obligados a favor contribuyente.

PERSONA NATURAL:	
Nombre y Apellido:	Escriba nombre y apellidos completos del propietario del negocio.
Cédula de ciudadanía o Pasaporte:	Indicar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjero, el número del Pasaporte.
Alimento a favor contribuyente:	Usar este campo de alimentador solo que consta en el RUC.
ARTESANOS:	
Acuerdo Municipal No.:	Registre el número de acuerdo municipal que consta en su calificación de artesano.
Calificación Artesanal No.:	Registre el número del carné de la Calificación Artesanal.
Fecha de Expedición:	Indicar el día, mes y año que fue calificado como artesano calificado.
PERSONA JURÍDICA:	
Razón Social:	Registre nombre de la persona jurídica, empresa o compañía.
Nombre y Apellido Representante Legal:	Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal.
No. C.I. o Pasaporte Representante Legal:	Indicar el número de cédula o pasaporte del representante legal.
Fecha expedición Representante Legal:	Registre el día, mes y año en el que fue nombrado el representante legal.
No. de Inscripción al M. I. C. R. T.:	En el caso en que aplique, registre el número de Inscripción de la Superintendencia de Compañías o Bancos.
Fecha de Constitución:	Indicar el día, mes y año de la constitución del negocio.
Fecha de Expedición:	Indicar el día, mes y año de la expedición de la Superintendencia de Compañías.
Capital Social:	Registre el capital que consta en los estatutos de constitución.

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:

Esta sección determina parámetros de categorización de los diferentes componentes de la LUAE con el fin de definir un esquema de inspecciones.

BOMBEOS:	
Área del local (m²):	En este campo, registre el número exacto de dimensiones del establecimiento en metros cuadrados.
Número de personas que trabajan:	En este campo, registre el número de trabajadores.
Almuerzo:	En este campo, registre el número de personas alimentadas para capacidad de almuerzo del local.
Material que utiliza:	En este campo deberá completar información sobre tipo de material que utiliza o utensilios para poder cumplir con su actividad económica, marcando con una X en la casilla que corresponda y completando con la información solicitada en el caso de G.P.
CLF:	Registre el número de clientes de 15kg y 30kg y en el total de clientes la suma de los dos campos.

AMBIENTE:	Indicar cantidad de consumo promedio mensual de agua, energía eléctrica, combustible.
	Indicar cantidad generada anualmente según tipo de material.
	Indicar cantidad de combustible líquido almacenado y especificar los combustibles según su tipo.
	Marcando con una X los días de funcionamiento de la actividad y el tipo de horario que aplica.

TURISMO:	En esta sección de ser el caso, deberá registrar claramente la información solicitada, correspondiente al ámbito dentro del cual ejerce la actividad económica. En concordancia al Decreto Presidencial No. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en salas de juegos.
-----------------	---

JUEGOS:	En esta sección de ser el caso, deberá registrar el ámbito específico dentro del cual ejerce la actividad económica y que sea de competencia del D.M.Q. En concordancia al Decreto Presidencial No. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en casinos y salas de juegos.
----------------	---

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (CATEGORIZACIÓN):	En esta sección deberá registrar claramente la información solicitada en metros cuadrados, siempre y cuando corresponda al rubro que tiene por fin estatutos la divulgación, difusión y promoción de la identificación o localización del establecimiento.
--	--

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:	En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre el número de teléfono y correo electrónico.
---------------------------------------	---

CRUCES DE UBICACIÓN:	Marque el campo de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización para la fase de inspección y control.
-----------------------------	--

DECLARACIÓN JURADA Y FIRMA:	El titular de la LUAE es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud.
------------------------------------	--

Imprimir

Manual gratuito * al presente formulario se adjuntan en una Unidad de Información al usuario en que la información registrada genera el Procedimiento Administrativo correspondiente, así como para los Procedimientos Administrativos Obligatorios y Papeles de trámite como una solicitud de inscripción y presentación de información, respectivamente. Página 27