



CARRERA GASTRONOMÍA

TEMA

“IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO FAMILIAR DE COMIDA NORTEAMERICANA EN EL SECTOR DE LA CORUÑA”

**Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del título de
Tecnóloga Superior en Gastronomía**

AUTOR: Rina González Mantilla

DIRECTOR: MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 30 de septiembre, 2020

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi familia, que me ha apoyado desde que empecé esta etapa profesional. Quiero hacer una muy especial dedicatoria a mi querida madre Rosa Ana Mantilla Vinueza, quien a pesar de todas las dificultades que se presentaron en el transcurso de este tiempo, ella siempre ha estado a mi lado, esta y seguirá junto a mí. Gracias querida madre por el amor y paciencia que me dedicaste siempre y a pesar de todo por todos estos años.

AGRADECIMIENTO

Para empezar, agradezco a Dios por dejarme vivir todas aquellas experiencias en mi vida, en mis estudios, y por haber conocido a todas esas personas que tuvieron o no relevancia. También quiero agradecer a mi madre por su apoyo incondicional, a mi hermana y padre por la ayuda que me dieron cada vez y cuando los necesité.

Así mismo quiero agradecer al MSc. Christian Carvajal por guiarme en este trabajo con paciencia y dedicación.

Y extendiendo un agradecimiento al Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI por haber sido el ente educativo para el desarrollo de mis conocimientos y prácticas profesionales.

AUTORÍA

Yo, Rina González Mantilla, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Rina González Mantilla

D.M. Quito, 30 de septiembre, 2020

MSc. Christian Carvajal

Director 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 Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 30 de septiembre, 2020

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

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

PRIMERA: El MSc. Christian Carvajal y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y el Srta. Rina González Mantilla por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Srta. Rina González Mantilla realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Implementación de un restaurante temático familiar de comida norteamericana en el sector de la Coruña”, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del MSc. Christian Carvajal.

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

TERCERA: Los comparecientes, MSc. Christian Carvajal en calidad de director del trabajo fin de carrera y La Srta. Rina González Mantilla, 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: “Implementación de un restaurante temático familiar de comida norteamericana en el sector de la Coruña”, 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. Christian Carvajal

Rina González Mantilla

D.M. Quito, 30 de septiembre, 2020

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
1. RESUMEN.....	13
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	15
2.1 Creación de la empresa.....	15
2.2 Descripción de la empresa.....	15
2.3 Tamaño de la empresa.....	16
2.4 Necesidades a satisfacer.....	17
2.5 Localización de la empresa.....	19
2.6 Filosofía empresarial.....	19
2.7 Desarrollo organizacional.....	24
2.7.1 Tipo de Estructura.....	24
2.8 Organigrama empresarial.....	26
2.9 Funciones del Personal.....	27
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	30
3.1 Objetivo de mercadotecnia.....	30
3.2 Investigación de mercado.....	30
3.3 Plan de Muestreo.....	31
3.4 Análisis de las Encuestas.....	32
3.5 Entorno empresarial.....	42
3.5.1 Microentorno.....	42
3.5.2 Macro entorno.....	44
3.6 Producto y servicio.....	46
3.6.1 Producto Esencial.....	46
3.6.2 Producto real.....	47
3.6.3 Producto aumentado.....	51
3.7 Plan de Imagen Corporativo.....	52

3.7.1	Distintivos y Uniformes	542
3.7.2	Materiales de Identificación.....	53
3.7.3	Canal de distribución y puntos de ventas	55
3.7.4	Riesgo y oportunidades del negocio.....	57
3.8	Fijación de Precios	57
3.8.1	Fijación de precios por receta estándar	57
3.8.2	Recetas estándar de producción	61
3.9	Implementación del negocio	66
3.10	Estudio arquitectónico.....	71
4	MARCO LEGAL	72
4.1	Proceso de trámites legales	72
4.2	SRI: Servicio de Rentas Internas	73
	RUC.....	73
4.3	Cuerpo de Bomberos de Quito.....	74
	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Quito	74
4.4	MUNICIPIO DE QUITO.....	74
	Patente municipal.	74
	LUAE (Licencia Única Actividades Económicas).....	75
4.5	ARCSA: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	75
	Obtención del Permiso de Funcionamiento para restaurante/cafetería.	75
4.6	Ministerio de Turismo (MINTUR)	76
	Certificado de registro: establecimiento turístico de alimentos y bebidas.	76
4.7	Ministerio de Trabajo	77
	Registro de datos de trabajador para la vinculación laboral.....	77
4.8	IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	78
	Registro patronal en el Sistema de Historia Laboral: clave de empleador.....	78
4.9	SAYCE: Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos.....	79
5.	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	80
a.	Objetivo del área	80
b.	Impacto ambiental	80
c.	Identificación de posibles impactos ambientales.....	80
d.	Medidas para contrarrestar los impactos encontrados	81
e.	Impacto social.....	83

f. Generación de fuentes de trabajo.....	83
6. PROCESO FINANCIERO.....	85
6.1. Introducción.....	85
6.2. Inversiones	85
6.3. Activos diferidos	86
6.4. Capital de trabajo	86
6.5. Sueldos.....	87
6.6. Depreciación activos fijos.....	88
6.7. Amortizaciones	89
6.8. Estructura capital	90
6.9. Tabla de amortización.....	91
6.10. Punto de equilibrio.....	92
6.11 Costo de ventas	93
6.12. Flujo de caja.....	94
6.13. Calculo del TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VAN (Valor Actual Neto).....	95
6.13.1. VAN (Valor Actual Neto).....	95
6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)	96
7. REFERENCIA.....	96

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Salida a restaurantes Pregunta 1. Encuesta.....	32
Tabla No. 2 Frecuencia de visita Pregunta 2. Encuesta.....	33
Tabla No. 3 Preferencia de platos Pregunta 3. Encuesta.....	34
Tabla No. 4 Consideraciones visitas. Pregunta 4. Encuesta.....	35
Tabla No. 5 Iría a un restaurante temático Pregunta 5. Encuesta.....	36
Tabla No. 6 Que le gustaría en un restaurante temático Pregunta 6. Encuesta	37
Tabla No. 7 Degustar comida norteamericana con temática Pregunta 7. Encuesta	39
Tabla No. 8 Frecuencia de visitas Pregunta 8. Encuesta.....	40
Tabla No. 9 Preferencias en restaurante temático Pregunta 9. Encuesta.....	41
Tabla No. 10 Proveedores	43
Tabla No. 11 Canal de distribución y puntos de venta.....	57
Tabla No. 12 Receta estándar Costilla BBQ.....	58
Tabla No. 13 Receta estándar hamburguesa con papas.....	59
Tabla No. 14 Receta estándar Waffles con pollo frito	60
Tabla No. 15 Receta estándar Milkshake	61
Tabla No. 16 Receta de producción Costilla BBQ.....	62
Tabla No. 17 Receta de producción Hamburguesa con papas	63
Tabla No. 18 Receta de producción Waffles con pollo frito.....	64
Tabla No. 19 Receta de producción Milkshake.....	65
Tabla No. 20 Arriendo.....	66
Tabla No. 21 Equipos industriales.....	66
Tabla No. 22 Equipos	67
Tabla No. 23 Muebles y enseres.....	68
Tabla No. 24 Equipos industriales de seguridad	69
Tabla No. 25 Suministros de oficina	69
Tabla No. 26 Servicios básicos.....	70
Tabla No. 27 Materiales de limpieza.....	70
Tabla No. 28 Inversión activos fijos.....	85
Tabla No. 29 Activos diferidos.....	86

Tabla No. 30 Capital de Trabajo	87
Tabla No. 31 Detalles de inversión	87
Tabla No. 32 Sueldos	88
Tabla No. 33 Décimos	88
Tabla No. 34 Total, sueldos.....	88
Tabla No. 35 Depreciaciones.....	89
Tabla No. 36 Amortizaciones.....	89
Tabla No. 37 Estructura de capital	90
Tabla No. 38 Tabla de amortización	91
Tabla No. 39 Datos punto de equilibrio	92
Tabla No. 40 Margen de contribución.....	92
Tabla No. 41 Punto de equilibrio.....	92
Tabla No. 42 Ventas y costos	93
Tabla No. 43 Costo de ventas.....	93
Tabla No. 44 Flujo de caja.....	95
Tabla No. 45 VAN/ TIR	96

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Abraham Maslow. (2020). <i>Pirámide de Maslow</i> . En: https://lyzaroo.com/	17
Gráfico No. 2 Google Maps. (2020). <i>Ubicación futuro negocio</i> . En: https://www.google.com.ec/maps/	19
Gráfico No. 3 (2020). <i>Organigrama de empresa</i> . Quito.....	26
Gráfico No. 4 Resultado Pregunta 1. Encuesta	32
Gráfico No. 5 Resultado Pregunta 2. Encuesta	33
Gráfico No. 6 Resultado Pregunta 3. Encuesta	34
Gráfico No. 7 Resultado Pregunta 4. Encuesta	35
Gráfico No. 8 Resultado Pregunta 5. Encuesta	36
Gráfico No. 9 Resultado Pregunta 6. Encuesta	38
Gráfico No. 10 Resultado Pregunta 7. Encuesta	39
Gráfico No. 11 Resultado Pregunta 8. Encuesta	40
Gráfico No. 12 Resultado Pregunta 9. Encuesta	41

Gráfico No. 13 Microentorno	42
Gráfico No. 14 Macro entorno	45
Gráfico No. 15 Tarjetas de presentación	53
Gráfico No. 16 Hoja Membretada.....	54
Gráfico No. 17 Valla publicitaria	55
Gráfico No. 18 Planos internos.....	71
Gráfico No. 19 Proceso de trámites legales.....	72
Gráfico No. 20 Colores de contenedores de reciclaje	82

INDICE DE ANEXOS

ANEXO A Hoja de Observación	97
ANEXO B Encuesta	100
ANEXO C Cotizaciones.....	103

“Implementación de un restaurante temático familiar de comida Norteamericana en el sector de la Coruña”

Rina González Mantilla

Msc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 30 de septiembre, 2020

1. RESUMEN

El presente trabajo es un proyecto de implementación de un restaurante inspirado en la gastronomía norteamericana pues esta tiene diversidad cultural, su comida también se ha convertido en herencia de otros países y estos se diferencian en sabores, ingredientes, forma de realizarlas y que son de una preparación más práctica debido al estilo de vida que se tiene en Estados Unidos, todas las mezclas se han convertido en platos típicamente norteamericanos. El restaurante North American Way Food tiene este nombre en inglés y traducido significa Comida hecha al estilo norteamericano, esto se debe al estilo de comida a la que se dedicará el establecimiento.

Se realizó una investigación con el objetivo de conocer el grado de aceptación y satisfacción de las personas con respecto al tipo de comida que ofrecerá el restaurante, lo cual ha sido satisfactorio para su futura realización. El restaurante comunicara la esencia de la tradición norteamericana, así mismo brindar a los clientes productos de calidad, buen sabor, y excelente presentación, siempre teniendo los cuidados pertinentes dentro y fuera de la cocina.

North American Way Food se establecerá como un restaurante que se preocupa de su clientela. Se hizo platos que están elaborados previo a una investigación de mercado, se tendrá un local ubicado en el sector de la Coruña que cumplirá con todas las políticas establecidas en el sector de la Coruña, en la ciudad de Quito.

Se hizo un estudio financiero para saber la rentabilidad de la empresa por medio de indicadores de análisis financieros, es así que la viabilidad de la empresa se estableció en dos fases. Una primera consistió en la investigación de mercado que mediante herramientas de recolección de datos, encuestas y una ficha de observación (**ver anexos a y b**), arrojó resultados tanto sobre la aceptación por el producto ofertado como también acerca de potenciales competidores y sustitutos en el área donde se establecerá el restaurante. La segunda fase consistió de un análisis financiero (**capítulo 6**) en el que destacan sobre todo el análisis del VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Rendimiento) y TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento), indicadores que determinan como viable el proyecto.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Para este proyecto se pensó en la gastronomía norteamericana pues esta tiene diversidad cultural, su comida también se ha convertido en herencia de otros países y estos se diferencian en sabores, ingredientes, forma de realizarlas y que son de una preparación más práctica debido al estilo de vida que se tiene en Estados Unidos, todas las mezclas se han convertido en platos típicamente americanos.

Es por esto que se crea el restaurante familiar North American Way Food por el deseo de emprender y aplicar los conocimientos en cocina, experimentando otros estilos, en donde no solo se realizará platillos en la línea de comida rápida, sino que también se harán platos más elaborados que gusten a las familias que asistan al establecimiento se ha inspirado en la temática americana.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia

La importancia de North American Way Food Restaurant, es que, a pesar de dedicarse a otro estilo de comida, se puede satisfacer al mercado meta con productos nacionales de buena calidad, aplicando las técnicas conocidas en cocina para ofrecer deliciosos menús para las familias.

2.2.2 Características

North American Way Food es un restaurante que se dedica a la elaboración de comida norteamericana con platos de variedad de preparaciones. Este es un lugar en donde además de disfrutar de la comida se puede vivir una experiencia diferente dentro de una infraestructura tanto para adultos como para niños.

2.2.3 Actividad

Lo que ofrece North American Way Food restaurante es gastronomía estadounidense, con menús deliciosos que abarcan desde lo más simple y que gusta mucho como las papas fritas hasta platos más elaborados como costilla en salsa BBQ, este local se enfoca también en el tiempo de los clientes, brindándole tiempo y atención de calidad.

2.3 Tamaño de la empresa

North American Way Food es un restaurante, con amplio salón en donde estarán las mesas con una adecuada separación entre si ya que se ha pensado en el distanciamiento social, baños diferenciadores, es decir para hombres y otros para mujeres y niños, una barra para servicio al cliente, esto en cuanto al restaurante. Una oficina para administración. En cuanto al área de producción está separada la cocina caliente, de la cocina fría, almacén de verduras, cámara de frio para carnes, almacén de menaje, almacén de limpieza, área de lavado, baños para empleados y vestidores.

El restaurante contará con personas en los siguientes cargos:

- Chef ejecutivo
- Jefe de cocina
- Mesera – Cajera

2.4 Necesidades a satisfacer

Gráfico N° 1



Gráfico No. 1 Abraham Maslow. (2020). *Pirámide de Maslow*. En: <https://lyzaroo.com/>.

a. Necesidad Fisiológica

Siendo éste un restaurante la comida se convierte en una necesidad alimenticia básica para los clientes y una fuente de ingresos estable para el negocio.

b. Necesidad de Seguridad

Para la satisfacción de los requerimientos de los trabajadores es necesario otorgarles seguridad en el área de trabajo, teniendo un lugar pacífico, dándoles

estabilidad laboral, manteniendo su salud estable ya que son un ente importante en el desarrollo del negocio.

c. Necesidad Social – Afiliación

En cuanto a este tema se buscará personas que se comprometan con el trabajo continuo y mutuo para darle relevancia al negocio con relaciones económicas y comerciales que vayan acorde, además de tener empleados que ayuden con el propósito al sentirse estables en el lugar de trabajo.

d. Necesidad de Reconocimiento

Ya que los empleados son un grupo importante dentro del negocio es justo y necesario que se les otorgue reconocimiento por la labor prestada. Esto ayudará a que el producto que se vende también tenga relevancia y éxito en su realización.

e. Necesidad de Autorrealización

Al desarrollar los productos innovadores, la empresa realizará diferentes acciones para representar y promocionarlos dentro del negocio y fuera de él y lograr el éxito que se requiere para que así el negocio crezca de manera paulatina.

2.5 Localización de la empresa

North American Way Food Restaurant estará ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito, sector La Coruña, en este lugar será la matriz del negocio, presencial y para pedidos on-line.

Gráfico N° 2

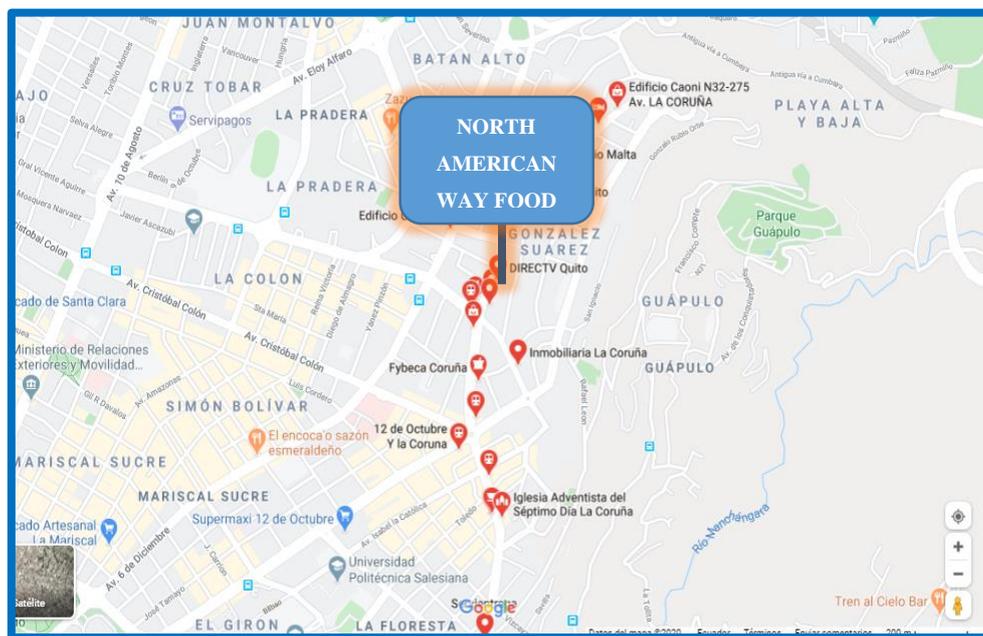


Gráfico No. 2 Google Maps. (2020). *Ubicación futuro negocio*. En: <https://www.google.com.ec/maps/>

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión

El Restaurante North American Way Food se enfoca en la comida estilo norteamericana fusionando productos del país con recetas de origen mundial, a través de toda la herencia culinaria que predomina en Estados Unidos. La temática del negocio es

apta para todo tipo de personas, quienes disfrutan de platos deliciosos, siempre cuidando del producto y los clientes.

2.6.2 Visión

North American Way Food Restaurant se enfoca en el éxito de sus producto es por eso que pensando en el futuro tiene la necesidad de convertirse en seis meses en un restaurante conocido y preferido por su comida y sus innovadoras instalaciones dedicadas a la diversión familiar.

2.6.3 Objetivos

- Ofrecer menús variados que sean del agrado de los clientes
- Promover los productos y la agricultura local
- Beneficiar a los agricultores mediante el apoyo económico local
- Aumentar los ingresos económicos del negocio mediante la elaboración de un buen producto
- Mantener un buen trato con los empleados y clientes

2.6.4 Meta

Lo importante para North American Way Food Restaurant es ser reconocido mediante el servicio de un producto de calidad y dentro de seis meses como mínimo hacerse conocido dentro de la capital ecuatoriana.

2.6.5 Estrategias

- Realizar un estudio de mercado que ayude en la colocación del restaurante en una zona que sea productiva.
- Difundir en medios publicitarios el restaurante para que la gente capitalina conozca su ubicación
- Brindar un ambiente ameno en donde se pueda disfrutar cada ocasión especial de los clientes
- Celebrar cada fecha festiva con el propósito de atraer clientela
- Analizar las fortalezas y debilidades del negocio dentro de un entorno competitivo y analizando la situación económica del país

Fuentes de la diferenciación:

- Definir el tipo de experiencia que el cliente puede vivir dentro del restaurante y que no podrá experimentar en otro lugar
- Concentrar esfuerzos en el potencial del restaurante
- Preparar al personal para ser un activo irreplicable
- Productos buenos y garantizados
- Calidad en el producto y servicio
- Buen ambiente

2.6.6 Políticas

Puntualidad y Horarios

Se debe seguir estrictamente el protocolo de puntualidad

- La hora de llegada al lugar de trabajo sería la establecida.

- El empleado debe estar en el lugar de trabajo de 15 a 20 minutos antes de la hora establecida para su preparación
- El horario de salida sería después de la hora establecida ya que cada empleado debe cambiarse
- En caso de faltas por cualquier motivo deben ser informadas con anticipación para buscar reemplazo y re-organizar las actividades, después de ello mostrar la documentación pertinente como justificación

Dentro del lugar de trabajo.

- El uniforme es parte de las normativas de presentación de imagen, así que debe ser llevado de manera correcta y limpio
- Se deben evitar cualquier ornamento que caiga en la comida
- La apariencia física debe ser pulcra
- Se debe respetar el horario de comida, para quienes trabajan en cocina el horario varía, la hora de comida es al finalizar la jornada
- Cada persona se encarga de la limpieza de su lugar de trabajo
- Las áreas de fumar son solo para clientes
- Cualquier reunión grupal se hará fuera del horario de trabajo
- Se requiere actitud positiva en todo momento
- Cualquier problema o inconveniente entre empleados o jefes se resolverá fuera del horario laboral.
- No se consentirá ninguna relación del tipo afectiva que provoque inconvenientes dentro del establecimiento
- El respeto entre jefes y empleados es primordial

Todos y cada una de estas normas se las debe seguir para no perjudicar el trabajo de los demás o el propio, en caso de no acatar alguna y dependiendo del caso, se dará llamados de atención. No se despedirá a menos que el caso sea demasiado grave y que comprometa la reputación de algún miembro o del establecimiento. Todo esto se verificará analizando el código de trabajo.

2.6.7 FODA

Fortalezas

- Conocimiento en la rama gastronómica
- Está ubicado en una zona de status medio y medio alto
- La materia prima utilizada es de buena calidad
- Tener buenos proveedores que cumplan con la exigencia del restaurante
- Buenas recomendaciones de los clientes
- Gestión de los residuos

Oportunidades

- Las redes sociales se aprovecharían para la expansión del producto
- Tener contratos con los agricultores y mantener un precio beneficioso para ambas partes
- Mantener buena relación entre empleados

Debilidades

- Dificultad para encontrar personal capacitado y comprometido con la carga horaria
- El lugar destinado al negocio requiere de reformas
- Si no se cuenta con maquinaria interna profesional
- No contar con local propio

Amenazas

- Crisis económica en el país
- Competencia con otros restaurantes de la misma línea
- Competencia con experiencia de otros restaurantes con mayor tiempo en el mercado gastronómico
- Aumento en los precios de la materia prima
- Aumento en las tasas de interés de los préstamos para negocios

2.7 Desarrollo organizacional

2.7.1 Tipo de Estructura

Diferenciación

North American Way Food es un restaurante que basa su menú en platillos que han sido heredados por migrantes de diversos países en Estados Unidos, y que al transcurrir el tiempo se han convertido en tradicionales, se enfoca desde recetas sencillas a otras más complejas que se pueden disfrutar, dentro de un local con decoración que sea atrayente para niños y sus padres ya que será un espacio lúdico con la temática de una feria al estilo norteamericano con juegos, alimentos, golosinas para que los niños disfruten del tiempo de calidad con sus padres, además de celebrar fechas festivas, será una gran oportunidad de unir a las familias. Se usará el tipo de comunicación vertical pues esto se basa en la responsabilidad de mando, ayudando al manejo del personal en cuanto a logística y supervisión, con los métodos de la producción de la cocina y servicio, distribuyendo cada tarea a cada empleado y ellos a su vez reportan sobre sus actividades.

Se define entonces de la siguiente manera:

Gerente General

Jefe de cocina - parrillero

Mesera - cajera

Nivel Gerencial

Chef Ejecutivo

Nivel Operacional

Jefe de Cocina - parrillero

Mesera y cajera

2.7.2 Formalización

La empresa se está constituyendo de manera formal, es por eso que está en medio de un proceso con el cual se cumplirá con todas las normas que son aplicables como la obligación jurídica protegiendo la legitimidad del establecimiento y el nombre del mismo, con los permisos que están bajo los requerimientos legales, de igual manera con las obligaciones hacia los empleados. La producción y comercialización que se asocia a los bienes y servicios registrados legalmente.

2.7.3 Centralización – Descentralización

Para North American Way Food Restaurant la centralización hace referencia a la concentración en la toma de decisiones de una autoridad con respecto a la ejecución de las áreas dentro del establecimiento.

Con la descentralización se dividirá la concentración de las funciones a otros miembros del establecimiento, dependiendo de la cantidad de actividades y recursos.

2.7.4 Integración

Esto se basa en el trabajo bajo procesos en la integración de los departamentos para definir las actividades que están relacionadas con métodos de comunicación entre producción, comercialización, adquisición, ingresos, egresos, con esto resolver cualquier problema en particular.

2.8 Organigrama empresarial



Gráfico No. 3 (2020). *Organigrama de empresa*. Quito.

2.9 Funciones del Personal

PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de Gerente - Chef ejecutivo

Empresa	North American Way Food Restaurant
Unidad administrativa	Área de producción y administración
Misión del puesto	Se encarga de la planificación, dirección, organización, control, evalúan las operaciones, Costos, Adquisición de materia prima, equipos y bebidas, pagos proveedores, trabajando de esta manera en los procesos del establecimiento e implementar procesos operativos que sean necesarios.
Denominación del puesto	Gerente - Chef Ejecutivo.
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución.
Remuneración	\$ 700

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía.	Mínima 1 año en el cargo de Gerente-Chef.	Técnicas de charcutería Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas.	CONDUCTUALES: Trabajo en equipo. Habilidad para trabajar con otras personas de manera coordinada para cumplir con objetivos, tener buenas costumbres, ser atento, cordial, revisar y monitorear el desarrollo de los procesos de trabajo.

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

Detalles generales para el puesto de Ayudante de Cocina

Empresa	North American Way Food Restaurant
Unidad administrativa	Área de producción.
Misión del puesto	Compra de materia prima, almacenaje de bodega, preparación de menús, proveedores, limpieza área de producción, recepción de requisiciones de materia prima, porcionamiento de materia prima, despacho de órdenes.
Denominación del puesto	Ayudante de cocina.
Rol del puesto	Colaborar en el área de producción con el chef ejecutivo.
Remuneración	\$ 400.

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía.	Mínima 6 meses en el cargo de ayudante de cocina.	Técnicas de cocina. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio.	CONDUCTUALES: Trabajo en equipo. Habilidad para trabajar con otras personas de manera coordinada para cumplir con objetivos, tener buenas costumbres, ser atento, cordial, tener habilidad de trabajar bajo presión.

PUESTO DE MESERA - CAJERA

Detalles generales para el puesto de Mesera – Cajera

Empresa	North American Way Food Restaurant
Unidad administrativa	Área de servicio y atención al público.
Misión del puesto	Servicio al cliente, conocimiento del menú, manejo de caja registradora, conocer procedimientos de registro y diferencias en formas de pago, control y emisión de facturas.
Denominación del puesto	Mesera – Cajera.
Rol del puesto	Comunicadora continúa entre el área de producción y con el cliente.
Remuneración:	\$ 400.

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Mínimo Bachiller.	1 año mínimo en el puesto de mesera - cajera.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Manejo de sistemas de cobranza.	CONDUCTUALES: Tener buenos conocimientos de su área local, tener don para tratar con clientes, ser capaz de trabajar siguiendo un horario. Ser capaz de trabajar por su cuenta sin supervisión directa. Ser honesto, responsable y puntual.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

El establecimiento North American Way Food tiene como objetivo comercializar los productos dentro y fuera del restaurante lo que haga que el negocio se posiciones en el mercado para que crezca la demanda y los clientes aumenten a medida que pase el tiempo, logrando el incremento de las ventas y así cumpliendo con la visión del negocio.

3.2 Investigación de mercado

A continuación, se explica la metodología y los instrumentos de la investigación.

- **Por el propósito:**

Mediante investigación aplicada, la cual tiende a modificar la realidad presente con alguna finalidad práctica y que para efecto de mi proyecto es ver que en el mercado no haya un restaurante que con cualidades que se asemejen y brindar un servicio que no se pueda repetir en otro lugar sobre todo en los productos que se les brinde a los clientes.

- **Por el lugar:**

- * Investigación de laboratorio, la cual se realiza en bibliotecas que para efecto de mi trabajo se realizó la investigación bibliográfica en las bibliotecas del Instituto Tecnológico Internacional ITI.
- * Investigación de campo, donde ocurren los hechos que para efecto de este trabajo, se realizó la respectiva hoja de observación y encuestas para ver

el grado de percepción y aceptación del producto, con ello se conoció el lugar y su entorno, es decir la avenida Coruña.

Ver anexo A hoja de observación

3.2.1 Modalidad

Se manejará una modalidad directa, a través de una encuesta con preguntas de estilo cerrada para saber la opinión del cliente meta para obtener respuestas que ayuden en la finalidad del negocio.

Las encuestas fueron realizadas en la plataforma Google forms, se tomó como muestra a 71 personas para ser encuestadas.

3.3 Plan de Muestreo

- ✦ Población segmentada: 71 personas

Dónde:

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

- ✦ **n** = tamaño de la muestra
- ✦ **Z** = nivel de confianza 95%
- ✦ **e** = error en la estimación = 5%
- ✦ **P** = proporción de defectos esperados = 50%
- ✦ **Q** = probabilidad negativa = 50 %
- ✦ **N** = población segmentada

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

$$n = 71 \text{ encuestas}$$

3.4 Análisis de las Encuestas

1. Considera que sus salidas a comer a un restaurante son:

Tabla No. 1 Salida a restaurantes Pregunta 1. Encuesta

PREGUNTA 1		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
UNA NECESIDAD	2	2,8
UNA ACTIVIDAD DE OCIO	10	14,1
UNA EXPERIENCIA	27	38
UN ENCUENTRO SOCIAL	32	45,1
TOTAL	71	100

Tabla. N°. 1. Rina González. (2020). *Tabulación 1. Ecuador.*

Gráfico No. 4 Resultado Pregunta 1. Encuesta

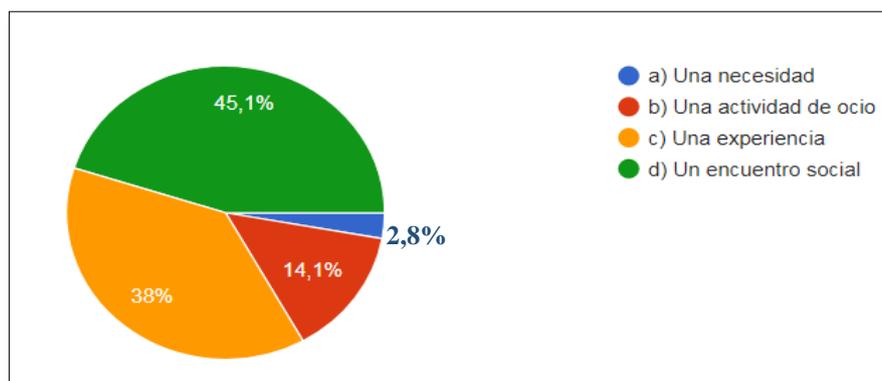


Gráfico. N°. 4. Rina González (2020). *Tabulación 1. Ecuador.*

Análisis: Se puede observar que, de las personas encuestadas, el 45,1% consideran que el salir a comer a un restaurante es un encuentro social, mientras que el 38% cree que es una experiencia, seguido del 14,1% que es una actividad de ocio y el 2,8% considera que es una necesidad. Por lo que se puede determinar que el acto de asistir a un restaurante es más un encuentro social para la población de este sector.

2 ¿Sale a menudo a comer a un restaurante?

Tabla No. 2 Frecuencia de visita Pregunta 2. Encuesta

PREGUNTA 2		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
DIARIAMENTE	1	1,4
VARIAS VECES A LA SEMANA	18	25,4
UNA VEZ A LA SEMANA	11	15,5
VARIAS VECES AL MES	13	18,3
UNA VEZ AL MES	16	22,5
VARIAS VECES AL AÑO	12	16,9
TOTAL	71	100

Tabla. N°. 2. Rina González. (2020). Tabulación 2. Ecuador.

Gráfico No. 5 Resultado Pregunta 2. Encuesta

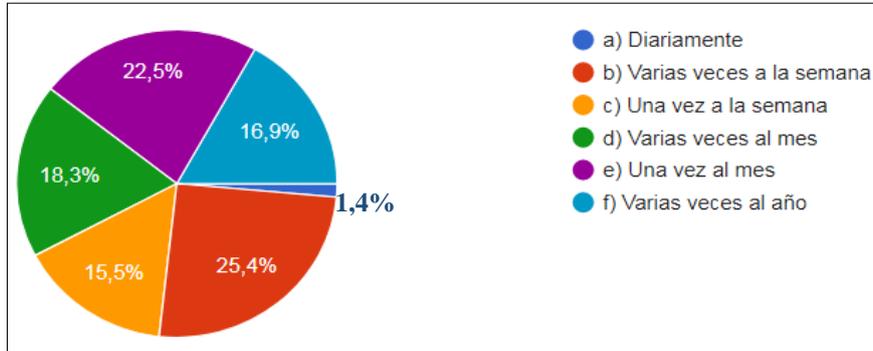


Gráfico N°. 5. Rina González (2020). Tabulación 2. Ecuador.

Análisis: Se puede observar que, de las personas encuestadas, el 1,4% visitan algún restaurante diariamente, mientras que el 25,4% lo hace varias veces a la semana, el 15,5% visita restaurantes una vez a la semana, por otro lado el 18,3% va por varias veces al mes, el 22,5% va una vez al mes y el 16,9% asiste varias veces al año. Por lo que se puede determinar que la mayoría de personas salen a comer varias veces a la semana.

3 ¿Cuál de los siguientes platos es de su preferencia? Escoger dos opciones.

Tabla No. 3 Preferencia de platos Pregunta 3. Encuesta

PREGUNTA 3		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
COSTILLAS BBQ	45	37,2
SANDQWICH DE LANGOSTA	5	4,1
WAFFLES CON POLLO FRITO	23	19
PIZZA	18	14,9
HAMBURGUESA CON PAPAS	30	24,8
TOTAL	121	100

Tabla. N°. 3. Rina González (2020). *Tabulación 3. Ecuador.*

Gráfico No. 6 Resultado Pregunta 3. Encuesta

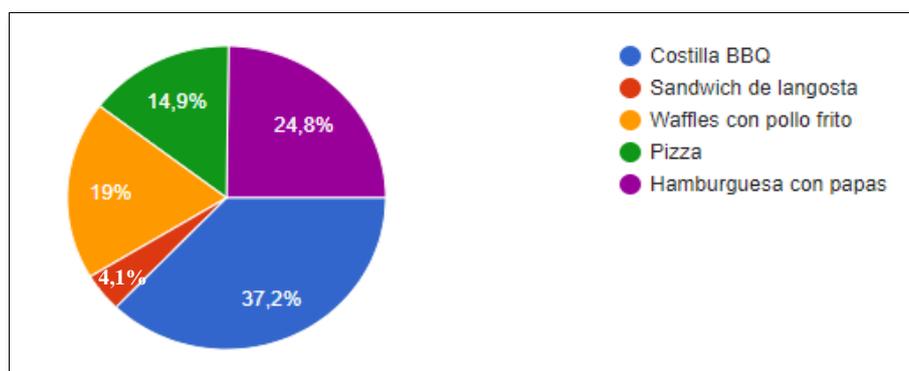


Gráfico. N°. 6. Rina González. (2020). *Tabulación 3. Ecuador.*

Análisis: De las 71 personas encuestadas se verifica que por la respuesta múltiple, se refleja un total de 121 respuestas, por lo que se puede observar que el 37,2% gustan de consumir Costillas en salsa barbecue, el 4,1% escogió el sándwich de langosta pues no es usual consumirlo en cualquier lugar, el 19% escogió los waffles con pollo frito ya que de igual manera no es algo que se pueda comprar en cualquier lugar, el 14,9% consumiría pizza, y el 24,8% prefieren las hamburguesas con papas. Por lo que se puede determinar que las personas preferirían consumir más las Costillas en barbacoa, seguido de las hamburguesas y waffles con pollo frito.

4. De las siguientes opciones ¿Cuáles considera que son relevantes al momento de visitar un restaurante?, escoger tres opciones:

Tabla No. 4 Consideraciones visitas. Pregunta 4. Encuesta

PREGUNTA 4		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
COMIDA	46	19,5
SEGURIDAD	15	6,4
INNOVACIÓN	15	6,4
AMBIENTE	24	10,2
ECONOMÍA	14	5,9
HIGIENE	31	13,1
SERVICIO	47	19,9
CALIDAD	44	18,6
TOTAL	236	100

Tabla. N°. 4. Rina González (2020). *Tabulación 4. Ecuador.*

Gráfico No. 7 Resultado Pregunta 4. Encuesta

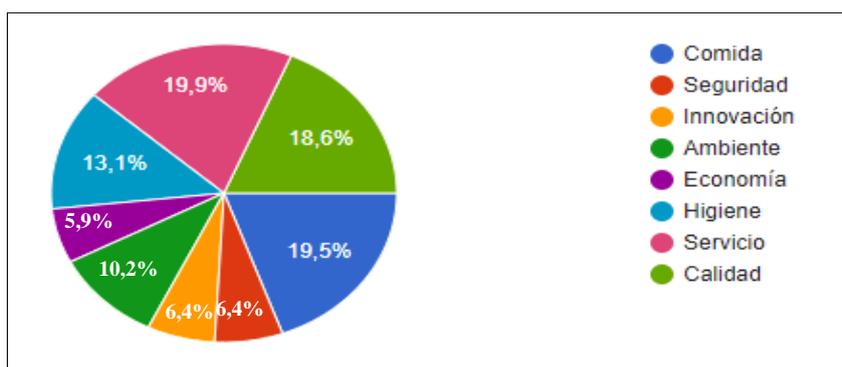


Gráfico. N°. 7. Rina González. (2020). *Tabulación 4. Ecuador.*

Análisis: De las 71 personas encuestadas se verifica que por la respuesta múltiple, se refleja el total de 236 respuestas, por lo que al 19,5% le parece importante la comida que sirvan en el establecimiento, al 6,4% le parece que la seguridad es algo primordial,

otro 6,4% cree que la innovación es algo que llama la atención del lugar al que van a comer, el 10,2% escoge un buen ambiente que influye en el comportamiento del consumidor, el 5,9% se preocupa de la economía antes de salir a un restaurante, al 13,1% le preocupa mucho la higiene del lugar que visitan, al 19,9% le interesa el buen servicio que se le proporcione dentro del establecimiento pues eso determina si el cliente regresa, el 18,6% se preocupa de la calidad en los productos que consumen. Por lo que se puede determinar que las personas que visitan un restaurante tienen como prioridad un buen servicio, buena comida, y que sea de calidad.

5. ¿Iría usted a un restaurante temático?

Tabla No. 5 Iría a un restaurante temático Pregunta 5. Encuesta

PREGUNTA 5		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	57	80,3
NO	1	1,4
TAL VEZ	13	18,3
NUNCA	-	0
TOTAL	71	100

Tabla. N°. 5. Rina González. (2020). *Tabulación 5. Ecuador.*

Gráfico No. 8 Resultado Pregunta 5. Encuesta

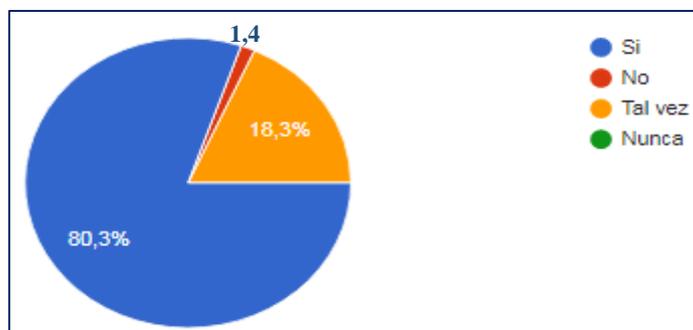


Gráfico. N°. 8. Rina González. (2020). *Tabulación 5. Ecuador.*

Análisis: Se puede observar que de las personas encuestadas, el 80,3% está de acuerdo en visitar un restaurante temático, mientras que el 1,4% no iría a un establecimiento de esta categoría, el 18,3% aún por decidir si visita o no un establecimiento temático, y en cuanto al porcentaje de personas que nunca visitaría el restaurante es 0%, es decir ninguna persona tomo esa opción como respuesta. Por lo que se puede determinar que muchas personas estarían de acuerdo en visitar un restaurante temático.

6. Refiriéndose a las instalaciones ¿Qué le gustaría encontrar en el restaurante temático? Se permite más de una respuesta

Tabla No. 6 Que le gustaría en un restaurante temático Pregunta 6. Encuesta

PREGUNTA 6		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
MÚSICA EN VIVO	23	10,2
MUY ILUMINADO	7	3,2
AMBIENTE DE INTERACCIÓN	23	10,2
SHOWS Y PRESENTACIONES	20	8,9
AMBIENTE MODERNO Y DIVERTIDO	43	19,1
BUENA VISTA	27	12
MÚSICA TENUE Y AGRADABLE	28	12,4
ASIENTOS CÓMODOS	40	17,8
POCA ILUMINACIÓN	14	6,2
TOTAL	225	100

Tabla. N°. 6. Rina González. (2020). *Tabulación 6.* Ecuador.

Gráfico No. 9 Resultado Pregunta 6. Encuesta

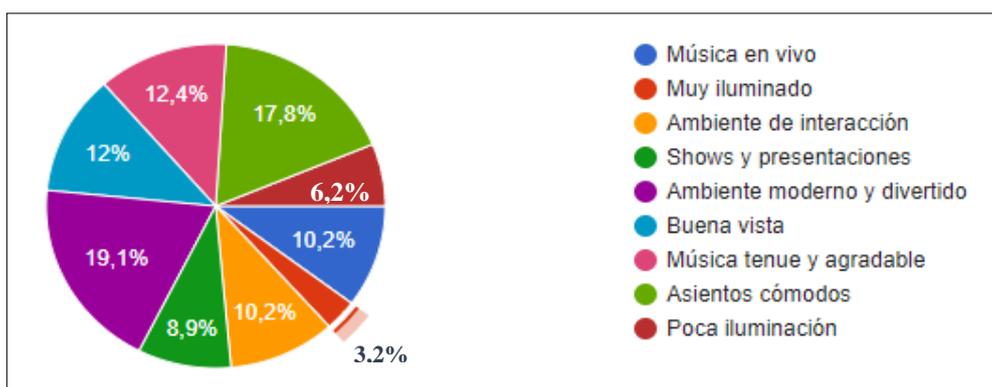


Gráfico. N°. 9. Rina González. (2020). Tabulación 6. Ecuador.

Análisis: De las 71 personas encuestadas se verifica que por la respuesta múltiple, se refleja un total de 225 respuestas, por lo que durante su estancia, al 10,2% le gustaría música en vivo, el 3,2% quiere que el lugar este muy iluminado, 10,2% quisiera un ambiente de interacción, en donde puedan compartir momentos únicos y de buena manera entre ellos y los empleados, al 8,9% le gustaría presenciar shows y/o presentaciones que se puedan realizar en el restaurante, el 19,1% quiere un ambiente moderno y divertido con elementos lúdicos que agraden a la vista del comensal, el 12% quisiera tener buena vista desde el lugar en donde se sienta hacia fuera del lugar, el 12,4% quiere escuchar música tenue y agradable mientras están comiendo, al 17,8% le agradaría estar sentado en muebles cómodos durante su estancia, tomando en cuenta a quienes votaron porque el lugar sea muy iluminado están aquellos quienes superaron con el 6,2% al decidir que haya poca iluminación. Por lo que se puede determinar que los futuros clientes escogerían un lugar con ambiente moderno y divertido con asientos cómodos y que además puedan escuchar música tenue y agradable.

7. ¿En un restaurante temático le gustaría probar comida norteamericana?

Tabla No. 7 Degustar comida norteamericana con temática Pregunta 7. Encuesta

PREGUNTA 7		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	55	77,5
NO	4	5,6
TAL VEZ	12	16,9
TOTAL	71	100

Tabla. N°. 7. Rina González. (2020). *Tabulación 7. Ecuador.*

Gráfico No. 10 Resultado Pregunta 7. Encuesta

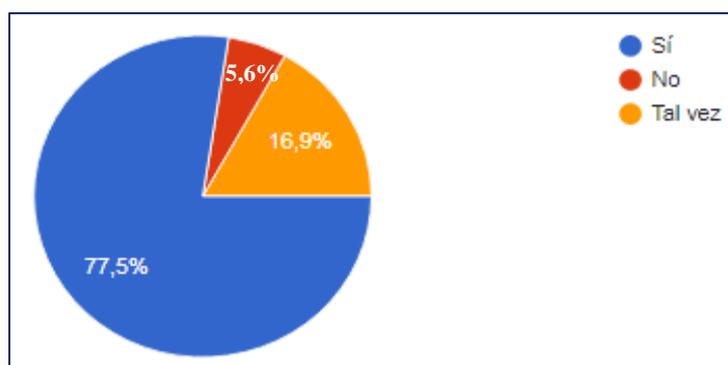


Gráfico. N°. 10. Rina González. (2020). *Tabulación 7. Ecuador.*

Análisis: Se puede observar que de las personas encuestadas, el 77,5% tienen el deseo de consumir este tipo de comida, mientras que al 5,6% no le gusta la idea, y el 16,9% está por decidirse. Por lo que se puede determinar que las personas muchas de las personas si tienen las ganas de consumir platillos de estilo norteamericano en un restaurante con temática.

8. ¿Cuándo tiene la costumbre de ir a un restaurante?

Tabla No. 8 Frecuencia de visitas Pregunta 8. Encuesta

RESPUESTA	LUNES A VIERNES	FINES DE SEMANA	TOTAL	% LUNES A VIERNES	% FINES DE SEMANA	TOTAL %
MAÑANA	18	53	71	25,4	74,6	100
MEDIO DÍA	42	29	71	59,2	40,8	100
NOCHE	16	55	71	22,5	77,5	100

Tabla. N°. 8. Rina González. (2020). *Tabulación 8. Ecuador.*

Gráfico No. 11 Resultado Pregunta 8. Encuesta

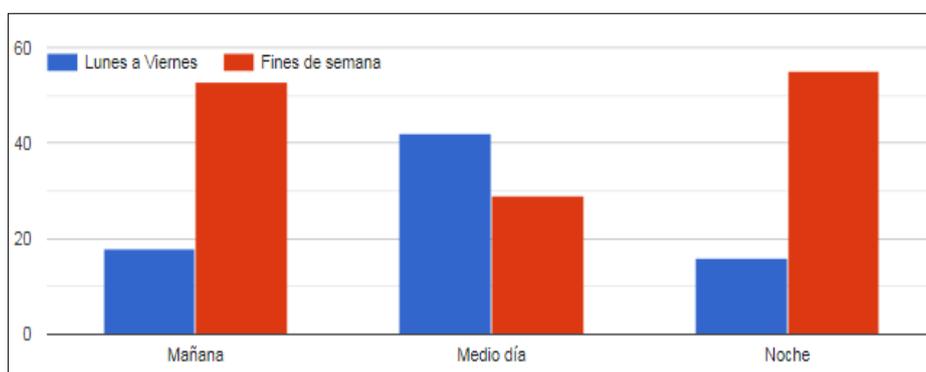


Gráfico. N°. 11. Rina González (2020). *Tabulación 8. Ecuador.*

Análisis: Se puede observar que, de las personas encuestadas, el 25,4% van en la mañana de lunes a viernes, el 74,6% van los fines de semana. En cambio al medio día el 59,2% van de lunes a viernes, el 40,8% van los fines de semana. Por la noche el 22,5% de los clientes van de lunes a viernes, el 77,5% van los fines de semana. Por lo que se puede determinar que un mayor número de personas asisten a un restaurante al medio día de lunes a viernes, los fines de semana asisten más en la mañana y la noche.

**9. ¿Qué le gustaría además de comidas y bebidas encontrar en el restaurante?
Se permiten dos respuestas.**

Tabla No. 9 Preferencias en restaurante temático Pregunta 9. Encuesta

PREGUNTA 9		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
SERVICIO DE WIFI	64	39,5
RECARGAS A CELULAR	8	5,0
JUEGOS/ENTRETENIMIENTO INFANTIL	26	16
TOMA CORRIENTES PARA DISPOSITIVOS	31	19,1
ZONA PET FRIENDLY	33	20,4
TOTAL	162	100

Tabla. N°. 9. Rina González (2020). *Tabulación 9.* Ecuador.

Gráfico No. 12 Resultado Pregunta 9. Encuesta

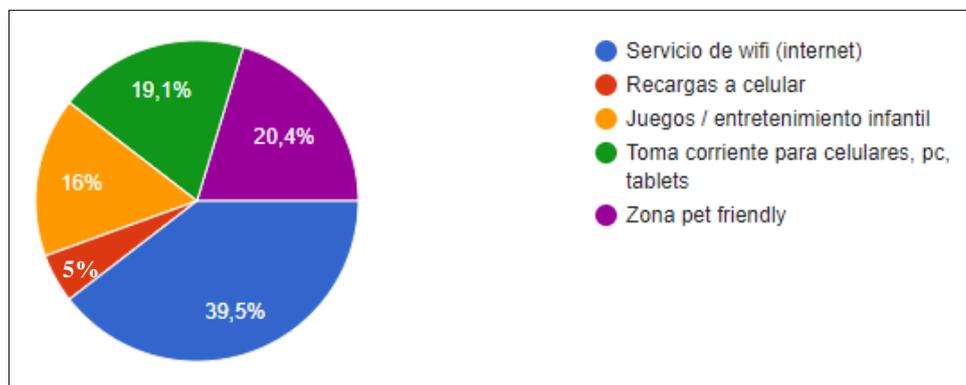


Gráfico. N°. 12. Rina González (2020). *Tabulación 9.* Ecuador.

Análisis: De las 71 personas encuestadas se verifica que, por la respuesta múltiple, se refleja un total de 162 respuestas, por lo que al 39,5% quieren tener servicio de wifi, el menor porcentaje es decir 5% quiere que haya recargas a celulares, al 16% les gustaría ver una zona de entretenimiento infantil, el 19,1% quisiera llevar sus dispositivos electrónicos al establecimiento, y el 20,4% quiere usar la zona pet friendly por sus mascotas. Por lo que se puede determinar que las personas están acordes con la tecnología y el acompañamiento de sus mascotas.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno

Para North American Way Food es todo lo que está alrededor de la empresa del cual podemos tomar decisiones.

Gráfico No. 13 Microentorno

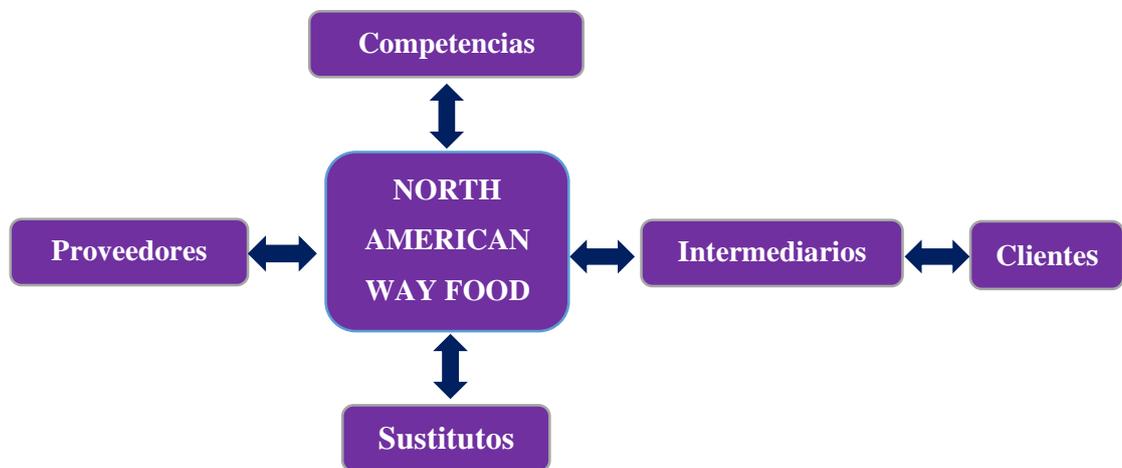


Gráfico N°. 13. Rina González. (2020). *Microentorno de empresa*. Quito.

- **Competencia**

Como competencia directa para el desarrollo del restaurante se tiene a restaurantes como Top Ten burgers & fries, Latitude Food & Drinks, La Papa Viajera desde 2014 y Crispy and Grilled chicken company.

- **Sustituto**

Como sustitutos tenemos a las pizzerías Domino's Pizza, Pizza Hot, Bigotes Pizzería, Literato pizzas cafetería, Ceres cereales tostadas y café.

- **Proveedores**

Tabla No. 10 Proveedores

PROVEEDOR	PRODUCTOS
¡Distribuidora Yes!	Abastos Granos Aceite Especias Dulces Lácteos Repostería Desechables Limpieza
Frascosa	Envases de vidrio
Termalimex	Vajilla
D'carnescool	Cárnicos
Proveedores Horeca La Huerta Mercados DMQ	Frutas y verduras
Coca Cola Company	Gaseosas
Impresos y Manipulados Sanchis	Bolsas y papeles

Tabla N°.10. Rina González (2020). *Tabla de proveedores. Ecuador*

- **Intermediarios**

North American Way Food Restaurant tendrá ventas de manera directa, ya que se realizarán en el mismo establecimiento, además no se tendrá entregas a domicilio. Por lo tanto, no hay intermediarios.

- **Clientes**

North American Way Food está enfocado hacia una clientela familiar, con niños es por eso que hay zonas de recreación dedicadas a la diversión de los mismos. Los clientes serán parejas o grupos de amigos que de igual manera pueden disfrutar del ambiente.

3.5.2 Macro entorno

Son todos aquellos factores externos que influyen en el desarrollo y desenvolvimiento de la empresa, los cuales deben ser tomados en cuenta para obtener una solidez empresarial.

Gráfico No. 14 Macro entorno

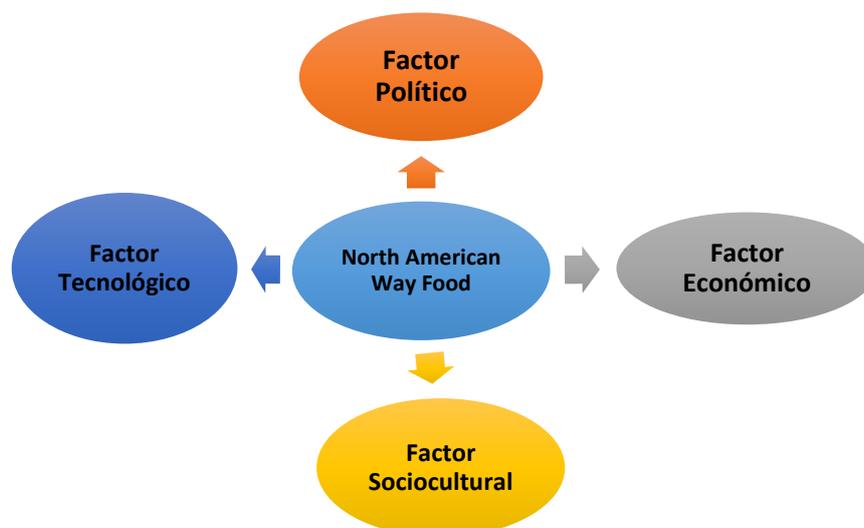


Gráfico N°. 14. Rina González (2020). *Macroentorno de empresa*. Quito.

- **Factor Político**

Los aspectos que intervienen en este factor son los impuestos, tratados de libre comercio ley humanitaria y tiene que ver con el distanciamiento, el aislamiento de las personas.

- **Factor Económico**

Este dependerá de las tasas de inflación que estén presentes al momento en el país, así como las tasas altas de interés, la deuda del gobierno que también afecta al país, precios de los productos, los sueldos porque los precios varían, ya que generan impacto directo en el restaurante.

- **Factor Sociocultural**

El tipo de comida que ofrecerá el restaurante North American Way Food son productos en su mayoría de consumo rápido, es decir que este tipo de comida ayuda en el estilo de vida de los clientes que no tienen tiempo para prepararla en sus casas, y mucha gente tiende al consumo de platillos de procedencia extranjera.

- **Factor Tecnológico**

Los factores Tecnológicos tienen la capacidad de innovación que requiere el establecimiento para mejorar la calidad y mejora la producción al implementar maquinaria especializada para el restaurante, debido al avance tecnológico las aplicaciones de celular son una ayuda idónea y ahorra tiempo a los usuarios, esto servirá para que los clientes hagan pedidos, para luego recojan sus pedidos y que el producto fluya.

3.6 Producto y servicio

North American Way Food es un restaurante que produce y vende sus productos para el consumo y utilidad de la clientela. Ofrece además servicios únicos que harán de su estadía algo inolvidable tanto para adultos como para los niños. Así mismo, ofrecer calidad, ambiente agradable con el apoyo de personal con habilidades profesionales e instalaciones innovadoras.

3.6.1 Producto Esencial

Al tener las encuestas realizadas de ha determinado lo siguiente:

El producto esencial es el vender platillos al estilo norteamericano, y estos son Costilla en salsa barbecue, Waffles con pollo frito, y Hamburguesa con papas, cada plato con su característica y sabor propio.

Con la producción de estos platillos se le quiere dar importancia al restaurante y a la marca en el mercado, dando a conocer productos de calidad, con sabor y que se distinguen entre la competencia.

3.6.2 Producto real

- **Costillas BBQ (Barbecue Ribs)**

Características

Costillas de cerdo con salsa barbacoa (450 g.), especias cajún (mezcla de especias), zumo y ralladura de naranja, hecha a la parrilla, con guarnición de papas fritas y coleslaw (zanahoria, col blanca, manzana verde, mayonesa, mostaza, crema de leche, vinagre, azúcar, pimienta y sal).

Calidad

D´carnescool tiene cortes selectos y de buena calidad, seguridad en la entrega del producto. Distribuidora Yes! Se encargará de entregar sus productos limpios, sellados. Horeca proveedores transportará al restaurante frutas y verduras frescas.

Estilo

Este producto se presentará al cliente como plato fuerte en plato tendido blanco acompañado de una bebida, el plato se asentará en individuales de colores.

Marca

El restaurante North American Way Food tiene este nombre en inglés y traducido significa Comida hecha al estilo norteamericano, esto se debe al estilo de comida a la que se dedicará el establecimiento. Los colores que tiene el logo son rojos, negro y azul, y letras en el centro en ubicación circular. El color rojo por ser el primero en el arco iris, le corresponde la etapa cronológica que va desde el nacimiento hasta los 10 años de edad, el color rojo se asocia con la infancia. (Le Heard, A. 1992, p.87).

El color azul se asocia con la tranquilidad y la pasividad, lo perceptivo, lo unificador, ternura, sensibilidad. El azul representa satisfacción y logro, así como los más altos ideales de la humanidad. (Luscher, M., p.97).

El color negro está en medio de los otros colores como pasivo, para darle importancia a los otros colores. Las letras en forma de sello para simbolizar a una estampa que se queda en donde se lo deja.

Empaque:

La envoltura del paquete para llevar es un contenedor desechable blanco con el adhesivo del logo de la empresa en la tapa superior. Las papas van junto con la carne, la ensalada irá en otro desechable con el logo de igual manera, envases con salsas aparte, servilletas con el logo, y fundas de color azul o roja. Cubiertos desechables en una bolsa pequeña de plástico.

- **Hamburguesa con papas fritas (Uncle Sam's Burger)**

Características

Este producto tiene carne de 170 gramos cocida a la parrilla en pan suave, con rodajas de tomate, col morada rallada, aros de cebolla, lechuga orgánica, pepinillos agridulces. Las salsas se servirán aparte, con una bebida.

Calidad

D´carnescool tiene cortes selectos y de buena calidad, seguridad en la entrega del producto. Distribuidora Yes! Se encargará de entregar sus productos limpios, sellados. Horeca proveedores transportará al restaurante frutas y verduras frescas.

Estilo

La hamburguesa se servirá en el restaurante en canastilla de color roja o azul con papel kraft, papel absorbente, impreso con los colores del logo, las papas se servirán en baldes pequeños de plástico en colores azul, rojo, de igual manera con papel absorbente.

Marca

El restaurante North American Way Food tiene este nombre en inglés y traducido significa Comida hecha al estilo norteamericano, esto se debe al estilo de comida a la que se dedicará el establecimiento. Los colores que tiene el logo son rojos, negro y azul, y letras en el centro en ubicación circular. El color rojo por ser el primero en el arco iris, le corresponde la etapa cronológica que va desde el nacimiento hasta los 10 años de edad, el color rojo se asocia con la infancia. (Le Heard, A. 1992, p. 87).

El color azul se asocia con la tranquilidad y la pasividad, lo perceptivo, lo unificador, ternura, sensibilidad. El azul representa satisfacción y logro, así como los más altos ideales de la humanidad. (Luscher, M., p. 97).

El color negro está en medio de los otros colores como pasivo, para darle importancia a los otros colores. Las letras en forma de sello para simbolizar a una estampa que se queda en donde se lo deja.

Empaque:

En cuanto al empaque para llevar de la hamburguesa, se despachará en pequeñas cajas de cartón de bajo gramaje, como protector papel kraft absorbente, las papas ese despacharán en fundas de papel, el tamaño dependerá de la cantidad de papas, servilletas, cubiertos desechables en una bolsa pequeña de plástico y funda con los logos de la empresa.

- **Waffles con pollo frito (sweet chicken waffles)**

Características

El producto consta de dos waffles medianas cada una con peso de 70 gramos cada una, rociadas con azúcar impalpable una presa mediana de pollo frito, broster de 100 gramos, con miel de maple.

Calidad

D´carnescool tiene cortes selectos y de buena calidad, seguridad en la entrega del producto. Distribuidora Yes! Se encargará de entregar sus productos limpios, sellados. Horeca proveedores transportará al restaurante frutas y verduras frescas.

Estilo

Este producto se servirá en platos de colores, sobre individuales con los colores del restaurante, la miel de maple se servirá en una pequeña jarra para poner al gusto del cliente.

Marca

El restaurante North American Way Food tiene este nombre en inglés y traducido significa Comida hecha al estilo norteamericano, esto se debe al estilo de comida a la que se dedicará el establecimiento. Los colores que tiene el logo son rojos, negro y azul, y letras en el centro en ubicación circular. El color rojo por ser el primero en el arco iris, le corresponde la etapa cronológica que va desde el nacimiento hasta los 10 años de edad, el color rojo se asocia con la infancia. (Le Heard, A. 1992, p. 87).

El color azul se asocia con la tranquilidad y la pasividad, lo perceptivo, lo unificador, ternura, sensibilidad. El azul representa satisfacción y logro, así como los más altos ideales de la humanidad. (Luscher, M., p. 97).

El color negro está en medio de los otros colores como pasivo, para darle importancia a los otros colores. Las letras en forma de sello para simbolizar a una estampa que se queda en donde se lo deja.

Empaque:

Para despachar a domicilio se pondrá en contenedor desechable, la miel en un contenedor aparte, con servilletas, cubiertos desechables en una bolsa pequeña de plástico, todo con el logo del restaurante.

3.6.3 Producto aumentado

El restaurante North American Way Food no tendrá servicio a domicilio. En cambio se tendrá una aplicación para comida, en donde los clientes realizan el pedido por medio del celular, desde su casa y lo pueden retirar en sus autos sin necesidad de esperar durante la preparación del producto.

3.7 Plan de Imagen Corporativo

3.7.1 Distintivos y Uniformes

Área de Cocina:

Todo el personal de cocina, usarán uniforme con los siguientes elementos:

- ✓ Chaqueta negra, con bolsillo pequeño en manga derecha e izquierda (para zurdos en lado contrario), un bolsillo con el logo de la empresa en la pechera lado izquierdo, el nombre en el lado derecho.
- ✓ Pañuelo negro
- ✓ Pantalón negro
- ✓ Delantal con peto en color rojo
- ✓ Bandana ajustable en color negro
- ✓ Zapatos antideslizantes negro, sin ningún diseño, sin agujeros

Mesera / Cajera:

Para este cargo se tendrá dos opciones color en cuanto a la prenda superior:

- ✓ Buzo blanco con manga larga ranglan en rojo, con escote redondo con ribete en rojo
- ✓ Buzo blanco con manga larga ranglan en color azul navy, escote redondo con ribete azul navy
- ✓ Jean azul navy, sin ningún diseño o desgaste.
- ✓ Pin del logo del restaurante.
- ✓ Gafete con el nombre de la persona
- ✓ Cintas para el cabello azul, negra y roja
- ✓ Mandil negro a la cintura con dos bolsillos y logo bordado en la pretina
- ✓ Zapatos Converse color rojo o negro

3.7.2 Materiales de Identificación

Para la presentación de la marca North American Way Food se harán tarjetas de presentación en las que constará la información del Gerente Chef y los datos del establecimiento como correo electrónico, página web, números de contacto, la tarjeta tendrá los colores del logo del establecimiento.

Gráfico No. 15 Tarjetas de presentación

Anverso



Reverso

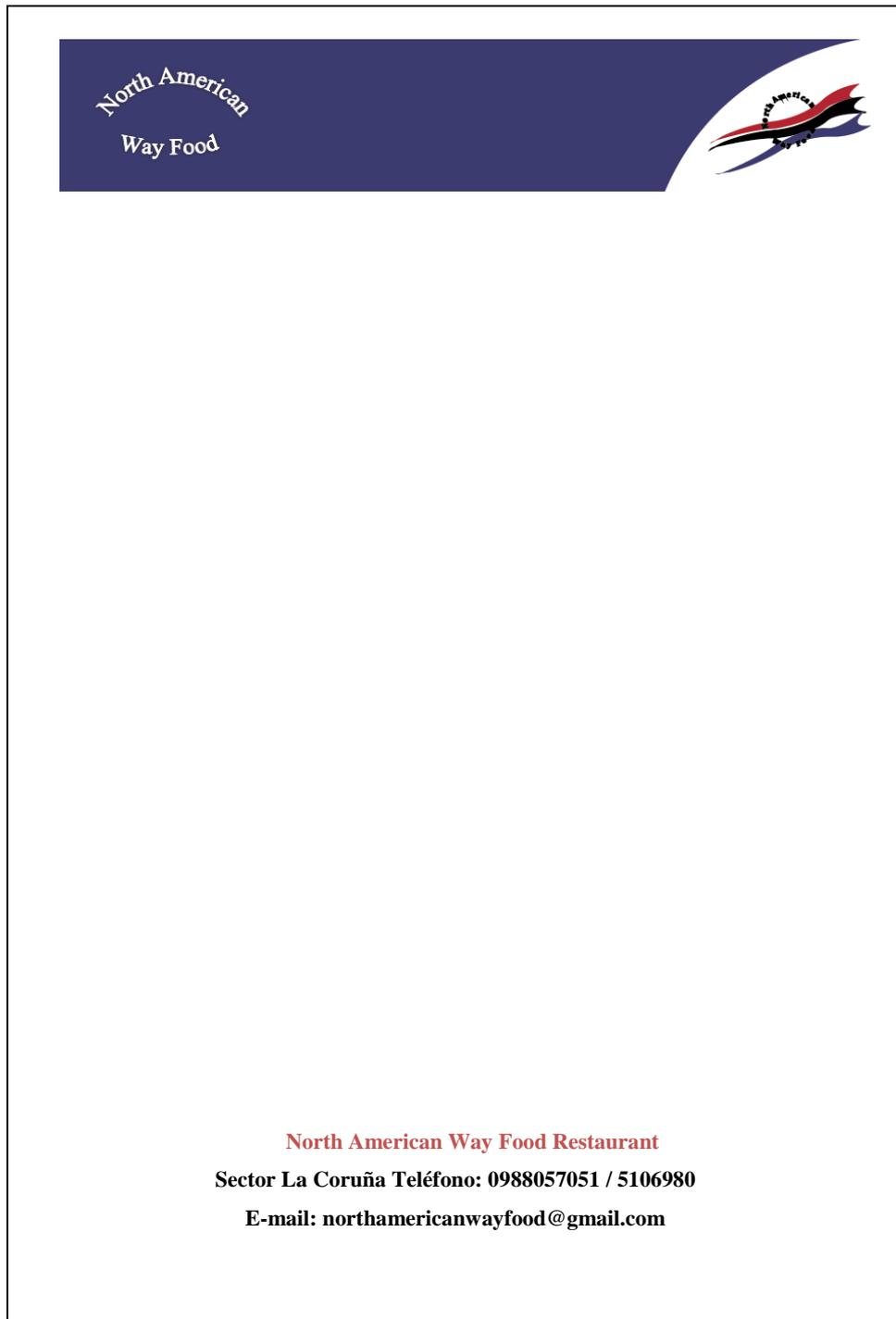


Gráfico N°. 15. Rina González. (2020). *Tarjeta de presentación*. Quito.

Hoja Membretada

Las hojas membretadas servirán en físico o electrónicamente para cualquier oficio, compras, inventario, hoja de asistencia, hoja de control, etc.

Gráfico No. 16 Hoja Membretada



Publicidad

Para tener publicidad se buscará colocarla en buses, un medio de transporte urbano masivo que alberga a muchas personas a toda hora y todo el día, este tipo de publicidad les llamará la atención a esas personas, con el objetivo de comenzar a posicionar la marca.

Gráfico No. 17 Valla publicitaria



Gráfico N°. 17. Publitrans. (2020). *Valla publicitaria*. En: <https://www.publi-trans.com/>.

Otro método será dar a los clientes gorras, camisetas con el logo del restaurante por la compra de un monto en específico.

3.7.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución para el restaurante North American Way Food será el mismo establecimiento, las aplicaciones de comida para celular con todos los productos.

- **Promoción**

- ✓ Flyers
- ✓ Anuncios publicitarios en buses
- ✓ Manejo redes sociales
- ✓ Página web sencilla y visual
- ✓ Ofrecer gift cards para ocasiones especiales
- ✓ Ser condescendientes con los clientes habituales
- ✓ Organizar pequeños eventos dependiendo de las fechas festivas
- ✓ IGTV videos
- ✓ Cuñas radiales

- **Contacto**

- ✓ Tarjetas de presentación
- ✓ Correos electrónicos

- **Correspondencia**

- ✓ IGTV videos
- ✓ Correos electrónicos

- **Negociación**

- ✓ Directamente en el establecimiento
- ✓ A través de redes sociales

- **Financiamiento**

North American Way Food, como parte del proceso de financiamiento utilizará los diversos medios para llegar a la mente del consumidor.

Tabla No. 11 Canal de distribución y puntos de venta

Flyers publicitarios	1000 unid	\$ 24,99
Página web		\$ 14,99
Cuña publicitaria	15 segundos	\$ 100
Tarjetas de presentación	100 unidades	\$ 20,25
TOTAL		\$ 304.75

Tabla N°. 11. Rina González (2020). *Tabla de financiamiento. Ecuador.*

3.7.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El elemento fundamental de riesgo constituye la presencia restaurantes con la misma línea de productos tales como Top Ten burgers & fries, Latitude Food & Drinks, La Papa Viajera desde 2014 y Crispy and Grilled chicken company, lugares que se convierten en competencia directa. Actualmente hay un problema que se ha convertido en riesgo y es la situación que está atravesando el mundo y afecta drásticamente en la economía, es la pandemia lo que provocó el aislamiento de las personas.

Como oportunidad para el restaurante son las personas que viven en el sector ya que es residencial, hay también oficinas, panaderías, tiendas, otros locales de comida, etc., que se pueden convertir en futuros clientes.

3.8 Fijación de Precios

3.8.1 Fijación de precios por receta estándar

• **COSTILLAS BBQ**

Tabla No. 12 Receta estándar Costilla BBQ

		FICHA		
		RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	COSTILLAS EN SALSA BBQ		Código:	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	08/2020		Chef: Rina González	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Costillas de cerdo	g	7,90	450	3,56
Salsa de tomate	g	0,68	100	0,07
Coca cola	ml	1,25	125	0,12
Salsa inglesa	ml	1,85	15	0,16
Miel de abeja	g	9,00	15	0,14
Mantequilla	g	10,00	15	0,15
Ajo	g	1,00	5	0,01
Cebolla	g	1,00	50	0,05
Pimentón	g	23,00	5	0,12
Canela	g	9,60	5	0,04
Tomillo	atado	1,00	c/n	
Sal	g	0,50	10	0,00
Pimienta	g	2,12	2	0,00
Aceite de oliva	ml	9,95	15	0,15
Zanahoria	g	1,00	50	0,05
Col	u	0,50	50	0,05
Manzana verde	u	1,00	1	0,17
Mayonesa	g	3,20	40	0,12
Mostaza	g	4,10	15	0,06
Crema de leche	g	4,78	30	0,14
Vinagre	ml	0,60	5	0,00
Azúcar	g	1,05	5	0,02
Papas	g	0,66	227	0,15
Aceite	ml	2,05	200	0,41
FOTOGRAFÍA			Total, Bruto	5,74
			10 % Imprevisto	0,57
			Costo Neto	6,31
			Gasto de fabr. 15%	0,95
			Factor Costo 33,33%	2,10
			M.O. 45%	2,84
			G. Adm. 12%	0,76
			45 % Utilidad	2,84
			sub total	15,80
			12 % I.V.A.	1,89
			10 % Servicio	1,58
	Total	19,27		

Tabla N°. 12. Rina González. (2020). *Receta estándar.* Ecuador.

- **HAMBURGUESA CON PAPAS**

Tabla No. 13 Receta estándar hamburguesa con papas

		FICHA		
		RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	HAMBURGUESA CON PAPAS		Código:	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	08/2020		Chef: Rina González	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Pan	u	2,08	1	0,26
Carne molida especial	g	5,50	150	0,82
Queso cheddar	g	8,80	25	0,22
Cebolla colorada	g	1,00	25	0,03
Lechuga orgánica	u	1,00	20	0,02
Pepinillos	g	6,13	30	0,18
Tomate	g	1,00	30	0,03
Papas	g	0,66	227	0,15
aceite	ml	2,05	200	0,41
Sal	g	0,50	10	0,00
pimienta	g	2,12	2	0,00
FOTOGRAFÍA			Total, Bruto	2,12
			10 % Imprevisto	0,21
			Costo Neto	2,33
			Gasto de fabr. 15%	0,32
			Factor Costo 33,33%	0,71
			M.O. 45%	0,95
			G. Adm. 12%	0,25
			45 % Utilidad	0,95
			sub total	5,51
			12 % I.V.A.	0,66
			10 % Servicio	0,55
			Total	6,72

Tabla N°. 13. Rina González. (2020). *Receta estándar.* Ecuador.

- **WAFFLES CON POLLO FRITO**

Tabla No. 14 Receta estándar Waffles con pollo frito

			FICHA	
			RECETA ESTANDAR	
NOMBRE DEL PLATO:	WAFFLES CON POLLO FRITO		Código:	
FECHA ACTUALIZACIÓN:	08/2020		Chef: Rina González	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Pollo s/h	g	5,00	150	0,71
Salsa de soya	ml	2,05	30	0,41
Miel de abeja	g	9,00	15	0,14
Salsa picante	g	1,36	2	0,01
Laurel	unidad	2,00	1	0,00
Tomillo	Atado	1,00	c/n	0,00
Agua	ml		c/n	-
Leche	ml	0,80	125	0,10
Harina	g	1,50	125	0,18
Azúcar	g	1,05	10	0,01
Polvo de hornear	g	1,75	2	0,03
Huevos	u	3,00	3	0,30
Galletas	g	1,50	100	0,30
Azúcar impalpable	g	2,00	10	0,02
Miel de maple	g	4,81	30	0,25
pimienta	g	2,12	2	0,00
Sal	g	0,50	10	0,00
Aceite	ml	2,05	200	0,41
FOTOGRAFÍA 			Total, Bruto	2,87
			10 % Imprevisto	0,28
			Costo Neto	3,15
			Gasto de fabr. 15%	0,47
			Factor Costo 33,33%	1,04
			M.O. 45%	1,41
			G. Adm. 12%	0,37
			45 % Utilidad	1,41
			sub total	7,85
			12 % I.V.A.	0,94
10 % Servicio	0,78			
Total	9,57			

Tabla N°. 14. Rina González. (2020). *Receta estándar.* Ecuador.

- **MILKSHAKE**

Tabla No. 15 Receta estándar Milkshake

		FICHA		
		RECETA ESTANDAR		
NOMBRE DEL PLATO:	MILKSHAKE DE CHOCOLATE	Código:		
FECHA ACTUALIZACIÓN:	08/2020	Chef: Rina González		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL
Helado de vainilla	gr	3,55	100	0,35
Leche entera	ml	0,80	100	0,08
Galletas Oreo molidas	g	3,80	200	0,76
Azúcar glas	g	2,00	50	0,10
Crema batida	g	4.80	100	0,48
FOTOGRAFÍA			Total, Bruto	1,77
			10 % Imprevisto	0,18
			Costo Neto	1,95
			Gasto de fabr. 15%	0,29
			Factor Costo 33,33%	0,65
			M.O. 45%	0,88
			G. Adm. 12%	0,23
			45 % Utilidad	0,88
			sub total	4,88
			12 % I.V.A.	0,59
			10 % Servicio	0,48
			Total	5,95

Tabla N°. 15. Rina González. (2020). *Receta estándar.* Ecuador.

3.8.2 Recetas estándar de producción

• **COSTILLAS BBQ**

Tabla No. 16 Receta de producción Costilla BBQ

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		COSTILLAS BBQ						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
450	g	Costillas de cerdo	63C		Cocción			
100	gr	Salsa de tomate						
125	ml	Coca cola						
15	ml	Salsa inglesa						
15	g	Miel de abeja	T.A.					
15	g	Mantequilla	T.A.		s/s			
5	g	Ajo			Pelado			
50	g	Cebolla	Lavada/desinfectada					
5	g	Pimentón			En polvo			
5	g	Canela			rama			
c/n		Tomillo			Aromatizar			
10	g	Sal	Especia		Rectificar			
2	g	Pimienta						
15	ml	Aceite de oliva	T.A.					
50	g	Zanahoria	Lavada/desinfectada		Rallada			
50	g	Col	Lavada/desinfectada		Rallada			
1	u	Manzana verde	Lavada/desinfectada					
40	g	Mayonesa	Aderezo					
15	g	Mostaza	Aderezo					
30	ml	Crema de leche						
5	ml	Vinagre						
5	g	Azúcar			granulada			
227	g	Papas	Lavada sin tierra		Cortes batonnet			
200	ml	Aceite	18C		Fritura			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Adobar la carne con la salsa de tomate, coca cola, salsa inglesa, miel, mantequilla, ajo, cebolla, pimentón, canela, tomillo, aceite de oliva, sal, pimienta						
		2. Llevar al horno por una hora a 200C						
		3. Rallar las zanahorias, col						
		4. Cortar en trozos pequeños la manzana						
		5. A las verduras y fruta agregar mayonesa, mostaza, crema de leche, vinagre, azúcar y mezclar para ensalada						
		6. Tener previamente calentado el aceite para freír las papas						
		7. Con ayuda de un embudo colocar la preparación en el envase						
<i>Nota: T.A. temperatura ambiente</i>								
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
827gr	682	1,90	30,48	11,12	57,22	29.0	510	5,80

Tabla N°. 16. Rina González. (2020). *Receta estándar de producción.* Ecuador.

- **HAMBURGUESA CON PAPAS**

Tabla No. 17 Receta de producción Hamburguesa con papas



RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN

NOMBRE DE LA RECETA		HAMBURGUESA CON PAPAS						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
1	u	Pan						
150	g	Carne molida especial	0-4C		Cocción 71C			
25	g	Queso cheddar			laminado			
25	g	Cebolla colorada	Lavada/desinfectada		Cortes en aros			
20	g	Lechuga orgánica	Lavada/desinfectada					
30	g	Pepinillos agridulces			En conserva			
30	g	Tomate			Lavado/desinfectado			
227	g	Papas	Lavadas sin tierra		Cortes batonnet/ Fritura			
200	ml	aceite	180C		Fritura			
10	g	Sal	Especia		Rectificar			
2	g	pimienta	Especia		Rectificar			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Marinar la carne molida, darle forma y llevar a la parrilla hasta que este cocida						
		2. Cortar el tomate en rodajas						
		3. Cortar en aros la cebolla						
		4. Cortar en rodajas el pepinillo en conserva						
		5. Llevar a la parrilla los vegetales, excepto el pepinillo, por medio minuto						
		6. Freir las papas en aceite previamente caliente						
		7. Preparar la hamburguesa con todos lo ingredientes y servir						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
532gr	1064	6,1	26,9	53,8	23,8	47	375,1	7,7

Tabla N°. 17. Rina González (2020). Receta estándar de producción. Ecuador.

• **WAFFLES CON POLLO FRITO**

Tabla No. 18 Receta de producción Waffles con pollo frito

RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN

NOMBRE DE LA RECETA		WAFFLES CON POLLO FRITO						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
150	g	Pollo s/h	Lavado y sin cáliz		SECO			
30	ml	Salsa de soya	Seco		TRITURADO			
15	g	Miel de abeja	T.A.		Marinar			
2	g	Salsa picante			Marinar			
1	g	Laurel	Especia		Marinar			
c/n		Tomillo	Especia		Marinar			
c/n	ml	Agua	T.A.		Mezcla masa			
125	ml	Leche	0-4C		Mezcla masa			
125	g	Harina			Mezcla masa			
10	g	Azúcar			Granulada			
2	g	Polvo de hornear			Polvo			
3	u	Huevos	Claros punto de pico		Batido/Apanado			
100	g	Galletas de soda	T.A.		Trituradas			
10	g	Azúcar impalpable			Polvo			
30	g	Miel de maple	T.A.		Maridar			
2	g	pimienta	Especia		Rectificar			
10	g	Sal	Especia		Rectificar			
200	ml	Aceite	Neutro		Fritura/ 180C			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Marinar en bolsa el pollo con soya, miel, salsa picante, laurel, tomillo, sal, revolver, refrigerar por una hora						
		2. Mezclar Aceite, agua, leche, harina, azúcar, sal, polvo de hornear, revolver, dejar reposar por minuto						
		3. Para el apanado del pollo, triturar las galletas						
		4. Separar claras de yemas,						
		5. Apanadura, yemas batidas						
		6. Apanadura. Mezclar harina con sal y galletas trituradas, pimienta						
		7. Batir las claras de huevo, combinar con la masa para waffles que se reservó y llevar a la wafflera previamente caliente						
		8. Freír la presa de pollo en aceite pre-calentado						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
290gr	797	3,7	8,11	38,3	101,8	132	88	1,5

Tabla N°. 18. Rina González (2020). Receta estándar de producción. Ecuador.

- **MILKSHAKE**

Tabla No. 19 Receta de producción Milkshake



RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN

NOMBRE DE LA RECETA		MILSHAKE DE CHOCOLATE						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL			PUNTOS DE CONTROL		
100	g	Helado de vainilla	-10C			emulsionar		
100	ml	Leche entera	0-4C			emulsionar		
200	g	Galletas Oreo molidas	T.A.			Seco/triturado		
50	g	Azúcar glas				polvo		
100	g	Crema batida	0-4C			Punto de nieve		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Batir el helado con la galleta triturada y la leche durante 30 o 40 segundos						
		2. Triturar galletas reservadas para decoración						
		3. Batir la crema con el azúcar glas hasta que este compacta para decorar						
		4. Colocar el batido en vaso con la crema batida y los trozos de galleta						
		<i>Nota: T.A. temperatura ambiente</i>						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
300g	506	0.1	12.67	7,0	29.37	51.0	128.0	0,7

Tabla N°. 19. Rina González (2020). Receta estándar de producción. Ecuador.

3.9 Implementación del negocio

- **Arriendo local**

Tabla No. 20 Arriendo

ARRIENDO LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$780	\$4680	\$9360

Tabla N°. 20. Rina González. (2020). *Arriendo.* Ecuador.

- **Equipos industriales**

Tabla No. 21 Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Parrilla	1	\$269,00	\$269,00
Horno	1	\$1,020,36	\$1,020,36
Molino de martillo	1	\$832,03	\$832,03
Refrigeradora Samsung	1	\$1,299,00	\$1,299,00
Mesa de trabajo largo 1.10x55 de ancho y 90 de alto	1	\$170,00	\$170,00
Pozo 1, 1 escurridor	1	\$400,00	\$400,00
Licuada	1	\$174,96	\$174,96
Horno microondas	1	\$79,99	\$79,99
Freidora		\$147,00	\$147,00
Cocina		\$930,26	\$930,26
Batidora KITCHEN AID KP26R	1	\$482,94	\$482,94
Estantería (93x33/5 divisiones)	1	\$153,99	\$153,99
Wafflera sandwichera y grill	1	\$74,99	\$74,99
Balanza electrónica digital	1	\$49,48	\$49,48
Extractor de jugo	1	\$27,00	\$27,00
Campanas extractoras	1	\$260,00	\$260,00
Picadora de papas ¼ PLG	1	\$156,77	\$156,77
Freidora industrial	1	\$320,00	\$320,00
TOTAL			\$6,847,77

Tabla N°. 21. Rina González. (2020). *Equipos Industriales.* Ecuador.

- **Equipo de computación**

Tabla No. 22 Equipos

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop LENOVO Core I3	1	\$599,00	\$599,00
Impresora EPSON Lx350	1	\$208,00	\$208,00
Caja registradora computarizada con software de comida rápida	1	\$499,00	\$499,00
Televisión RIVIERA LED 55"	1	\$548,78	\$548,78
Televisión RIVIERA LED 32"	1	\$223,91	\$223,91
TOTAL			\$2.078,69

Tabla N°. 22. Rina González. (2020). *Equipos Industriales*. Ecuador.

- **Muebles y Enseres**

Tabla No. 23 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estación trabajo oficina	1	\$160,00	\$160,00
Silla oficina	1	\$51,49	\$51,49
Mesas/sillas	4	\$130,00	\$520,00
Fútbol juego mesa	1	\$69,00	\$69,00
Mesa de billar infantil	1	\$220,00	\$220,00
Cocina de juego	1	\$140,00	\$140,00
Cucharas medidoras (set 4)	1	\$3,51	\$3,51
Cuchareta perforada	1	\$1,64	\$1,64
Set de cuchillos Tramontina (set 9)	1	\$31,99	\$31,99
Bowls (set 5)	1	\$30,00	\$30,00
Tablas de picar varios colores	4	\$3,75	\$15,00
Dispensador acero inoxidable para alcohol gel	1	\$32,18	\$32,18
Espátula biselada 12x7	1	\$5,14	\$5,14
Pelador patatas metálico	2	\$3,19	\$3,19
Contenedor redondo 2 QT	5	\$5,43	\$27,15
Pinza aislada 16"	2	\$4,70	\$9,40
Salero / pimentero	4	\$0,92	\$3,68
Rollo papel aluminio (300m)	1	\$33,49	\$33,49
Rollo papel de cocina (150m)	2	\$4,90	\$9,80
Rollo papel film (1400m)	1	\$49,00	\$49,00
Salsera estriada 6oz	4	\$1,83	\$7,32
Sartén teflón	1	\$21,50	\$21,50
Tenedor mesa	4	\$0,34	\$1,36
Taza 7,5oz	4	\$3,94	\$15,76
Cuchillo mesa	4	\$0,82	\$3,28
Olla 24lt	1	\$39,99	\$39,99
Cuchara	4	\$0,33	\$1,32
Basurero	2	\$15,00	\$30,00
Bandeja antideslizante	2	\$9,99	\$9,99
Bandeja de desinfección calzado	2	\$7,90	\$15,80
TOTAL			\$1.561,98

Tabla N°. 23. Rina González. (2020). Muebles y enseres. Ecuador.

- **Equipos Industriales de seguridad**

Tabla No. 24 Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (tipo K) 10Lt	1	\$177.10	\$177.10
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$19.00	\$19.00
Letreros (señalética)	3	\$3.30	\$9.90
Detector de humo	1	\$6.50	\$6.50
Rótulo de señalización	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$222.00

Tabla N°. 24. Rina González (2020). *Equipos Industriales de Seguridad.* Ecuador.

- **Suministros de Oficina**

Tabla No. 25 Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resma	3	\$3,50	\$10,50
Grapadora	1	\$8.64	\$8.64
Grapas (caja)	2	\$1.60	\$3,20
Archivador	3	\$1,95	\$5,85
Carpetas con logo	10	\$1,00	\$10,00
Clips	3	\$0.90	\$2.70
Esferos	10	\$0.35	\$3.50
Perforadora	2	\$4.00	\$8.00
Cinta adhesiva	6	\$0.40	\$2.40
Tijera	1	\$1.45	\$1.45
tachuelas	2	\$0,75	\$1,50
TOTAL			\$57,74
TOTAL, ANUAL			\$692,88

Tabla N°. 25. Rina González (2020). *Suministros de Oficina.* Ecuador.

- **Servicios Básicos**

Tabla No. 26 Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$30,00
Luz	\$70,00
Teléfono	\$15,00
Internet	\$30,00
Cable	29,00
TOTAL	\$174.00
TOTAL, ANUAL	\$2.088.00

Tabla N°. 26. Rina González. (2020). *Servicios Básicos*. Ecuador.

- **Materiales de Limpieza**

Tabla No. 27 Materiales de limpieza

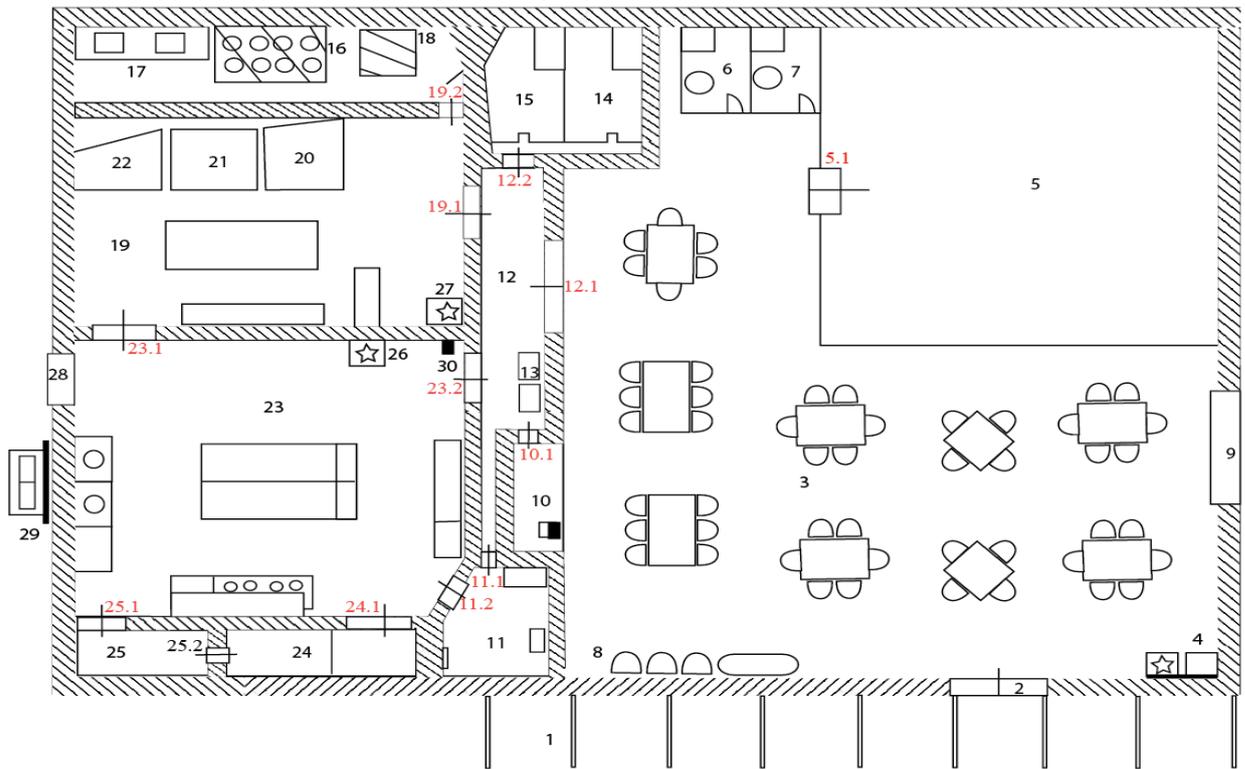
MATERIALES DE ASEO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	2	\$1.00	\$2.00
Trapeador	1	\$2.45	\$2.45
Cloro	2	\$2.43	\$4.86
Guantes	2	\$1.00	\$2.00
Desinfectante	2	\$3.45	\$6.90
Lustre (6 unidades)	3	\$2.98	\$8.94
Fibra limpiadora (5 unidades)	3	\$0.84	\$2.52
Fundas basura (10 unidades)	2	\$1.42	\$2.84
Lavavajillas (500gr)	2	\$1,50	\$3,00
Desengrasante (galón)	1	\$29,75	\$29,75
Cepillo sanitario	1	\$1.00	\$1.00
Pala	1	\$1.54	\$1.54
Jabón líquido manos	1	\$7,00	\$7,00
Papel higiénico (300m)	2	\$1.50	\$3,00
Toallas de papel (paquete)	2	\$1.76	\$3.52
TOTAL			\$81,32
TOTAL, ANUAL			\$975,84

Tabla N°. 27. Rina González (2020). *Materiales de limpieza*. Ecuador.

3.10 Estudio arquitectónico

- Estructura interna del Establecimiento

Gráfico No. 18 Planos internos



LEYENDA

Área Clientes

- 1 Parqueadero
- 2 Entrada principal clientes
- 3 Salón
- 4 Basureros salón
- 5 Área de juego compartida
- 6 Baño Femenino
- 7 Baño Masculino
- 8 Counter de espera
- 9 Pantalla TV
- 10 Caja registradora y mostrador

Área Administrativa

- 11 Oficina Gerencia

Área de Personal

- 12 Hall
- 13 Área preparación servicio
- 14 Vestidor / Baño Femenino empleadas
- 15 Vestidor / Baño Masculino empleados

Área de lavado

- 16 Almacén vajilla
- 17 Lavado Vajilla
- 18 Armario utiles de aseo

Área Cocina

- 19 Cocina Fría
- 20 Cámara Pastelería
- 21 Cámara lácteos
- 22 Cámara de frutas
- 23 Cocina caliente
- 24 Cámara de carnes, legumbres
- 25 Economato
- 26 Desechos orgánicos cocina caliente
- 27 Desechos orgánicos cocina fría
- 28 Salida Emergencia
- 29 Container Basura
- 30 Extintor

Entradas y salidas

- 5.1 Área de juego
- 10.1 Mostrador y caja
- 11.1 Ingreso desde hall a Gerencia
- 11.2 Ingreso desde oficina a cocina
- 12.1 Área de personal
- 12.2 Ingreso a Vestidores
- 19.1 Ingreso desde hall a Cocina fría
- 19.2 Área lavado
- 23.1 Cocina caliente
- 23.2 Ingreso de hall a cocina caliente
- 24.1 Cámara carnes
- 25.1 Economato
- 25.2 Ingreso a cámara carnes

Gráfico N°. 18. Plano. (2020). Plano vista aérea. En: <https://ar.pinterest.com>

4 MARCO LEGAL

En el Ecuador los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas están sujetos a la vigilancia y control de entidades estatales, mismas que garantizan el funcionamiento correcto y legal de las mismas. Antes de constituirse un establecimiento turístico de alimentos y bebidas, deben realizarse trámites legales para la obtención de permisos de diversa índole. Estos permisos pueden variar dependiendo de la circunscripción o territorio donde se instalará el establecimiento, en el caso de Quito los permisos de funcionamiento estarán relacionados con el municipio Quito y las instituciones competentes.

4.1 Proceso de trámites legales

Gráfico No. 19 Proceso de trámites legales



González, R. (2020). Proceso de trámites legales.

4.2 SRI: Servicio de Rentas Internas

Institución encargada de la tributación en Ecuador, gestionando la recaudación y políticas inherentes a la misma.

RUC: Registro Único del Contribuyente es un instrumento para que el SRI identifique y registre a los contribuyentes, sirve para llevar a cabo actividades económicas de forma permanente u ocasional.

Requisitos (Servicio de Rentas Internas, 2020):

- Cédula de identidad o documento válido de identificación
- Certificado de votación
- Para personas naturales: patente municipal, permiso de bomberos
- Para profesionales: título profesional que conste en el SENECYT (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología).

Procedimiento (Servicio de Rentas Internas, 2020):

- Ingresar a: www.sri.gob.ec
- Ingresar a SRI en línea
- Ingresar su número de RUC y clave
- Escoger la opción RUC
- Escoger la opción Registro o Reapertura
- Aceptar términos y condiciones
- Ingresar la información solicitada
- Ingresar la o las actividades económicas
- Confirmar de inscripción de RUC

4.3 Cuerpo de Bomberos de Quito

Institución técnica que se encarga de servicios de emergencia del cantón Cayambe, atiende incendios, atención pre hospitalaria, manejo de material peligroso, rescate y salvamento.

Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Quito

Requisitos (Cuerpo de Bomberos de Cayambe, 2020):

- Solicitud de inscripción del cuerpo de bomberos (una vez pagada la patente municipal)
- Copia de la factura de compra o recarga de extintores a nombre del propietario o representante legal
- Cumplir con las condiciones dadas por el inspector
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad
- Plan de emergencia (plano arquitectónico, que se hace en plan de emergencia en caso de algún siniestro)

4.4 MUNICIPIO DE QUITO

Es la autoridad municipal de la ciudad encargada de gestión y control de la urbe.

Patente municipal.

Requisitos:

- Copia de cédula y papeleta de votación (por primera vez)

- Formulario de Inscripción, Declaración o Cierre del Impuesto a la patente (por primera vez)
- Copia de RUC o RISE actualizada
- Copia del título de crédito del impuesto predial del año en curso, del propietario del inmueble en donde funciona la actividad, o donde residan en caso de no tener un lugar comercial
- Copia de la certificación artesanal, en el caso de que aplique
- Copia del permiso de los bomberos actualizado
- Certificado de no adeudar al Municipio

LUAE (Licencia Única Actividades Económicas).

Requisitos Municipio de Quito:

- Permiso otorgado por ARCSA
- Lista de precios de productos o servicios ofertados
- Copia del pago de la LUAE
- Copia del certificado de registro del MINTUR

4.5 ARCSA: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Ente encargado del control y regulación sanitaria de, en el caso de restaurantes, productos alimenticios preparados.

Obtención del Permiso de Funcionamiento para restaurante/cafetería.

Requisitos (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2020):

- Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento

- RUC (Registro Único del Contribuyente)
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo
- Títulos profesionales escaneados

Procedimiento (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2020):

- Registrarse en permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec
- Llenar el formulario para permiso de funcionamiento en base al instructivo IE-B.3.1.8-PF-01 Obtención Permiso de funcionamiento
- Emitir e imprimir la orden de pago, cancelar su valor luego de 24 horas de haber impreso el documento
- Una vez realizado el pago, imprimir el permiso de funcionamiento y la factura

4.6 Ministerio de Turismo (MINTUR)

Ente que regula la actividad turística del Ecuador, además, es quien se encarga del registro y control de los establecimientos turísticos.

Certificado de registro: establecimiento turístico de alimentos y bebidas.

Requisitos (Ministerio de Turismo, 2020):

- RUC o RISE
- Inventario valorado de activos fijos en el formato de la Autoridad Nacional de Turismo
- Declaración del 1x10000 sobre el valor de activos fijos

- Certificado de uso de suelo otorgado por el GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) correspondiente
- Documento de la situación legal del local (arrendado o propio)

Procedimiento (Ministerio de Turismo, 2020):

- Presentar la solicitud de registro de alimentos y bebidas
- Entrevistarse con el funcionario a cargo del proceso
- Inspección del establecimiento

4.7 Ministerio de Trabajo

Institución del estado ecuatoriano que se encarga de vigilar el cumplimiento de los derechos laborales de trabajadores de instituciones públicas y privadas.

Registro de datos de trabajador para la vinculación laboral.

Requisitos (Portal Único de Trámites Ciudadanos, 2020):

- Formulario en línea de registro de datos del trabajador dentro del Sistema Único de Trabajo

Procedimiento (Portal Único de Trámites Ciudadanos, 2020):

- Ingresar a: <https://sut.trabajo.gob.ec/contratos-web/mrl/loginContratos.xhtml>.
- Ingresar usuario y contraseña, si no se tiene registrarse primero en la opción “registro de nuevo empleador”
- Ingresar al módulo de registro de datos del trabajador y actas de finiquito

- En la pestaña de datos del trabajador seleccionar la opción ingresos datos del trabajador
- Llenar el formulario que será vinculado a la empresa

4.8 IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Institución ecuatoriana encargada de los servicios de seguridad social para los ciudadanos, recaudación patronal y administración para fondos de jubilación.

Registro patronal en el Sistema de Historia Laboral: clave de empleador.

Requisitos (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social , 2020):

- RUC
- Solicitud de la clave firmada por el representante legal

Procedimiento (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social , 2020):

- Ingresar a: www.iess.gob.ec
- En la opción registro nuevo empleador ingresar RUC o cédula y elegir sector productivo
- Ingresar los datos solicitados
- Terminar el registro e imprimir la solicitud de clave
- Acercarse a las oficinas del IESS con los requisitos mencionados.

4.9 SAYCE: Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos

Institución privada que se encarga de velar por los derechos de autor de compositores ecuatorianos. Esta institución emite un permiso para la reproducción de música en locales comerciales.

Requisitos (Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos , s.f.):

- LUAE (Quito)
- RUC
- Copia de cédula.
- Copia del certificado de votación.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

a. Objetivo del área

Evaluar los posibles impactos, tanto positivos como negativos, ambientales y sociales que North American Way Food pudiese generar en el medio donde va a desarrollar sus actividades. Los impactos positivos deben maximizar su alcance formulando modelos, estrategias y procesos que permitan perpetuar y mejorar los mismos. En cuanto a los impactos negativos deben buscarse soluciones factibles que permitan eliminarlos por completo o, si esto no es posible, reducirlos en la medida de lo posible.

b. Impacto ambiental

Se define impacto ambiental como un daño irreversible al medio ambiente causado por el accionar del ser humano en un entorno global o local. La ciencia encargada de estudiar el impacto ambiental es la ecología y también se encarga de proponer soluciones a posibles daños al ambiente. El impacto ambiental generado por las empresas o negocios suele invisibilizarse debido al factor económico, sin embargo, es importante que quienes más daño hacen al medio ambiente tomen cartas en el asunto (Raffino, 2020).

c. Identificación de posibles impactos ambientales

Para identificar los posibles impactos ambientales de North American Way Food se usará como referencia el Plan de Manejo Ambiental Restaurantes de la Secretaría de Ambiente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2020).

- **Emisiones gaseosas:** contaminación atmosférica derivada del uso de aceites o grasas para cocciones o frituras, además también es causada por la cocción de carnes.
- **Generación de efluentes residuales:** contaminación del agua derivada de desechos oleosos (aceites, grasas) o de otros desechos sólidos como carnes y de la limpieza de trampas de grasa.
- **Generación de aceites, grasas y tenso activos (detergentes):** contaminación del suelo derivada del mal manejo de los desechos antes mencionados.
- **Generación de desechos y residuos no reciclables:** estos desechos pueden generar varios procesos de contaminación dependiendo como se los descarte y como se maneje el proceso de deshecho, suelen terminar apilados, enterrados, quemados o desechados en el mar. Entre los más usados en restaurantes están:
 - * Servilletas y papel de cocina
 - * Focos
 - * Lámparas
 - * Cristales planos
 - * Espejos
 - * Tazas y platos rotos
 - * Telas impregnadas con contaminantes (aceites, grasas, detergentes)
 - * Plásticos de un solo uso

d. Medidas para contrarrestar los impactos encontrados

- **Emisiones gaseosas:** para contrarrestar dichas emisiones, deben instalarse filtros especiales para reducir estas emisiones en las campanas extractoras, dichos filtros deben cambiarse periódicamente según haya estipulado el personal técnico del producto y la medida debe mantenerse hasta finalizar el proyecto.

- **Generación de efluentes residuales:** para esto hay un proceso de dos fases. La primera es la instalación de trampas de grasa en lavaderos que cuenten con desfogue directo a la red pública de alcantarillado, la trampa de grasa impide el paso de residuos sólidos y de aceites y grasas. La segunda fase es la limpieza de las trampas de grasa, dicha actividad debe realizarse periódicamente bajo un calendario y un registro de limpieza y mantenimiento (2 veces por semana).
- **Generación de aceites, grasas y tensos activos:** estos desechos deben ser almacenados en contenedores herméticos y resistentes a golpes, deben almacenarse en zonas donde no haya sumideros o canaletas y no haya riesgo de derrames. Deben entregarse posteriormente a gestores autorizados por la autoridad local para el manejo y disposición de estos desechos (una vez por semana).
- **Generación de desechos y residuos no reciclables:** para la disposición de estos desechos se debe realizar una separación según el tipo de elemento para su posterior manejo y disposición. Una vez separados, serán almacenados en contenedores especiales que no permitan derrames ni fugas y que puedan diferenciarse por colores (Inforeciclaje, 2020):

Gráfico No. 20 Colores de contenedores de reciclaje



González, R. (2020). Colores de contenedores de reciclaje.

Se trabajará con recicladores de la comunidad para la disposición de estos desechos, pero también se trabajará en la reducción del uso de algunos de ellos, sobre todo en lo que es plásticos de un solo uso.

e. Impacto social

Son todos los efectos emocionales o simbólicos (positivos o negativos) que ejerce una empresa o un gobierno en la sociedad, es decir, un conjunto de personas que conviven e interaccionan entre sí en un determinado espacio físico o geográfico (Gardney & Pérez Porto, 2019).

f. Generación de fuentes de trabajo.

Seremos generadores de empleo para quienes quieran trabajar teniendo conocimiento, experticia y titulación en el ámbito de la gastronomía.

Las fuentes de trabajo directas estarán enfocadas principalmente para personas que tengan su hogar en Quito o barrios aledaños, después de estas personas se evaluará a los postulantes según las necesidades del establecimiento. Estos requisitos están especificados en los perfiles profesionales detallados para cada puesto disponible en el restaurante.

g. Respecto hacia la equidad de género

Proponemos tener equidad de género en cuanto a la contratación de personas en nuestro establecimiento.

h. Beneficios a los trabajadores

El establecimiento cumplirá con normas que rige la ley en cuanto a los contratos, en los cuales constará la respectiva afiliación al IESS y demás beneficios por el trabajo que realizan los empleados, como empresa nueva se quiere incentivar a los trabajadores con beneficios adicionales con seguros adicionales para ellos y sus familias, recompensas en sus días libres, capacitaciones para mejorar su desempeño, otorgarles utilidades si fuere el caso, bonos navideños, bonos de productividad, tendrán un espacio para el esparcimiento, así evitar el estrés que el trabajo de restaurante provoca, todo esto en satisfacción y beneficios hacia los trabajadores.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el capítulo presente se detalla a continuación el análisis financiero del proyecto en cuestión donde se permitirá definir la factibilidad del mismo desde el punto de vista económico, dando a su vez la pauta de iniciación.

6.2. Inversiones

La inversión no es el capital empleado en cualquier actividad o negocio legal con el objetivo de mantenerlo y poco a poco incrementarlo y por ende la recepción de beneficios posteriores.

Se encuentra una Inversión que consta de **Activos Fijos:** que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$10.710,44.

Tabla No. 28 Inversión activos fijos

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
vehículo	0
Equipos Ind./ seguridad	7069,77
Equipos de Computación	2078,69
Muebles - enseres	1561,98
Total	10.710,44

Tabla 28. Inversiones. (2020). Rina González.

6.3. Activos diferidos

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$500 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla No. 29 Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$500

Tabla 29. Activos diferidos. (2020). Rina González.

6.4. Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que corresponde al establecimiento, en el periodo de un año cuenta en sueldos con veinte y un mil – ciento ochenta y seis, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet, cable) el valor de dos mil – ochenta y ocho dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc) con seiscientos – noventa y dos con ochenta y ocho centavos, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc) novecientos – setenta y cinco y ochenta y cuatro centavos, el alquiler de local por nueve mil – trescientos sesenta, publicidad con tres cientos cuatro y setenta y cinco centavos, costo de materia prima de tres mil dólares, gastos financieros cuatro mil – doscientos, total de Inversión es de cuarenta y un mil –ocho cientos siete y cuarenta y siete centavos.

Tabla No. 30 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	21.186
Servicios Básicos	2088
Material oficina	692,88
Material limpieza	975,84
Servicio auto	0
Alquiler local	9360
Publicidad	304,75
Adquisición de materia prima	3000
Gastos financieros	4.200,00
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	41.807,47

Tabla 30. Capital de trabajo. (2020). Rina González.

Tabla No. 31 Detalles de inversión

Activos Fijos.	10.710,44
Activo Diferido.	500
Capital de Trabajo.	41.807,47
Total Inversión	53.017,91

Tabla 31. Detalles de inversión. (2020). Rina González.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$53.017,91.

6.5. Sueldos

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

Tabla No. 32 Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente chef	700	8400	793,8	1020,60	8626,8
Ayudante de cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero y cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1500	18000	1701	2187	18486

Tabla 12. Sueldos. (2020). Rina González.

Tabla No. 33 Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL, DECIMOS
Gerente /chef	700	400	700	1100
Ayudante de cocina	400	400	400	800
Mesero cajero	400	400	400	800
TOTAL	1500	1200	1500	2700

Tabla 23. Décimos. (2020). Rina González.

Tabla No. 34 Total, sueldos

TOTAL, SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
18486	2700	21186

Tabla 34. Sueldos totales. (2020). Rina González.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$21186 anual, mientras que mensual será de \$1765,50

6.6. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos

industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$554,25.

Tabla No. 35 Depreciaciones

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	7069,77	10%	706,98
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	2078,69	33,33%	692,83
Muebles y Enseres	1561,98	10%	156,20
			1556,01

Tabla 35. Depreciación de activos fijos. (2020). Rina González.

6.7. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a ochenta dólares, ya que el monto por constitución equivale a cuatrocientos dólares.

Tabla No. 36 Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACIÓN	
Gastos de Constitución	500	20%	100

Tabla 36. Amortizaciones. (2020). Rina González.

6.8. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** con la suma de \$23017,91 que equivale a una estructura del 43%; costo 13% con una tasa de descuento de 5,6 %; por otra parte el **Capital Financiero** 30000 que con una estructura del 57% , el costo 14 % que otorga el 7,9 % de tasa de descuento; con un **Total Inversión** de 53017,91 que en la suma absoluta nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,6% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla No. 37 Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	23017,91	43%	13%	5,6%	
Capital Financiero	30000	57%	14%	7,9%	
TOTAL, INVERSIÓN	53017,91	100%		13,6%	TMAR

Tabla 37. Capital. (2020). Rina González.

6.9. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla No. 38 Tabla de amortización

MONTO	30000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	30000
1	5825,67	4.200,00	3.025,67	16.974,33
2	5825,67	2.376,41	3.449,26	13.525,06
3	5825,67	1.893,51	3.932,16	9.592,90
4	5825,67	1.343,01	4.482,66	5.110,24
5	5825,67	715,43	5.110,24	0,00
		9.128,35		
2912,84		INTERES ANUAL		2.800,00
		INTERES SEMESTRAL		1400,00

Tabla 38. Amortización. (2020). Rina González.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de veinte mil dólares con una tasa del 14 % en un plazo de cinco años; lo que conlleva al pago de nueve mil – ciento veinte ocho con treinta y cinco centavos que corresponde al pago de interés y a su vez el pago capital de veinte mil dólares que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.10. Punto de equilibrio

Tabla No. 39 Datos punto de equilibrio

Materia prima	250
Arriendo	780
Sueldos	1765,5
Serv. Básicos	174
Total	2969,5

Tabla 39. Datos punto de equilibrio. (2020). Rina González.

Tabla No. 40 Margen de contribución

Precio	15,80	
Costo	5,74	
Ganancia	10,06	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Tabla 30. Margen de contribución. (2020). Rina González.

Tabla No. 41 Punto de equilibrio

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION			
PE=	295		
Menús de venta	295		
Venta diaria	9,8		
VENTA	295	15,8	4663,8
COSTO	295	5,74	1694,3
GASTO			2969,5
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla 41. Punto de equilibrio. (2020). Rina González.

Tabla No. 42 Ventas y costos

600	9480	113760	Ventas
600	3444	41328	Costo

Tabla 42. Ventas /costos. (2020). Rina González.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta 295 menús para no perder ni ganar. Esta empresa pretende vender 600 menús al mes para tener rentabilidad.

6.11 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla No. 43 Costo de ventas

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		113760,00	117184,18	120711,42	124344,83	128087,61
COSTO DE VENTAS		41328,00	42571,97	43853,39	45173,38	46533,09
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		72432,00	74612,20	76858,03	79171,46	81554,52
GASTOS ADMINISTRATIVOS		21186,00	21823,70	22480,59	23157,26	23854,29
SERVICIOS BASICOS		2088,00	2150,85	2215,59	2282,28	2350,98
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		1668,72	1718,95	1770,69	1823,99	1878,89
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		9360,00	9641,74	9931,95	10230,90	10538,85
PUBLICIDAD		304,75	313,92	323,37	333,11	343,13
DEPRECIACIONES		1556,00	1556,00	1556,00	1556,00	1556,00

AMORTIZACIONES		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
UTILIDAD OPERATIVA		36168,53	37307,05	38479,83	39687,92	40932,37
GASTOS FINANCIEROS		4200,00	3564,61	2840,26	2014,51	1073,15
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		31968,53	33742,44	35639,57	37673,41	39859,22
BASE IMPOSITIVA		11588,59	12231,63	12919,34	13656,61	14448,97
UTILIDAD NETA		20379,94	21510,80	22720,23	24016,80	25410,26

Tabla 43. Costo de ventas. (2020). Rina González.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$20379,94 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$25410,26.

6.12. Flujo de caja

El flujo de caja se entiende en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado o preestablecido, permitiendo así llevar un control tanto de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de liquidez que posee la empresa.

Tabla No. 44 Flujo de caja

	0	1	2	3	4	5
Utilidad operativa		36168,53	37307,05	38479,83	39687,92	40932,37
Depreciación		1556,00	1556,00	1556,00	1556,00	1556,00
Amortización		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
- base impositiva		11588,59	12231,63	12919,34	13656,61	14448,97
- Gastos financieros		4200,00	3564,61	2840,26	2014,51	1073,15
- Pago capital		4.538,51	5.173,90	5.898,24	6.724,00	7.665,36
+ Valor de salvamento						0
+ Capital de trabajo						0
- Reposición de activos				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	- 53017,91	17.497,43	17.992,91	18.477,99	18.948,81	19.400,90

Tabla 44. Flujo de caja. (2020). Rina González.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$17497,43, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$19400,90

6.13. Calculo del TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VAN (Valor Actual Neto)

Para la culminación de este análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.13.1. 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 (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 10.178,73

6.13.2. 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 21,41 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,57% con el TMAR.

Tabla No. 45 VAN/ TIR

VAN	10.178,73
TIR	21,41%
TMAR	13,57%

Tabla 45. VAN/ TIR. (2020). Rina González.

7. REFERENCIA

Ortiz, Georgina. (2004). El Significado de los Colores. México: Trillas.

8. ANEXOS

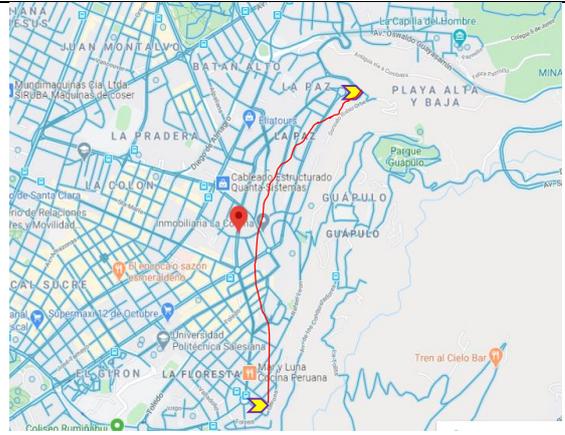
ANEXO A Hoja de Observación

Fecha: agosto 2020

Lugar: Sector Norte Ciudad de Quito

Sector: Coruña

En la presente investigación se ha podido observar que la zona es residencial ya que hay algunos edificios con viviendas, oficinas, tiendas de diseño de muebles, es una zona bancaria de economía media, media alta. En cuanto a competencias y sustitutos se observó que hay lugares que ofrecen hamburguesas, papas fritas, pizzas y bebidas. Además, se observó muchos otros lugares que fueron considerados como posibles y futuros consumidores del producto que ofertará el restaurante.

CROQUIS	DIRECCIÓN
	<p>Para esta hoja de observación se tomó en cuenta los negocios que se encuentran en la avenida Coruña, esta investigación empezó desde la Av. Coruña y Ernesto Noboa Caamaño hasta la terminación de la avenida Coruña hasta el redondel de la Floresta.</p>
NOMBRE ESTABLECIMIENTOS	DIRECCIÓN
Latitude Food & Drinks	Ernesto Noboa Caamaño N30-05 y Coruña
Orange Juice Bar	Coruña N29-38
Cocina China Restaurnte	Coruña N29-11
Ceres, cereales tostadas café	Coruña y Bello Horizonte E11-44
Mongos	Coruña y Bello Horizonte s/n
Domino´s Pizza	Coruña s/n
La Papa Viajera desde 2014	Coruña 27-110

Pizza Hot	Coruña s/n frente a Business Center
El Atajo café y tostadas	Coruña s/n
Top Ten burgers & fries	Coruña N26-242
Cafetería Nata	Coruña junto a Top Ten
Federer Delicatessen	Coruña s/n
Quickly Market	Coruña y San Ignacio s/n
Panadería Arenas	Coruña s/n
Panificadora Ambato, panadería pastelería	Coruña y San Ignacio
Chorigol	Coruña y 12 de octubre s/n
Fast food la 72	Coruña E25-17 (1123)
Perro Vago	Coruña E11-200
Señor encebollado y señora bandera cevichería	Coruña E11-252 / 11-254
Bigotes Pizzería	Coruña E12-42
Literato pizzas cafetería (club del té)	Coruña 1376
Soy Manaba	Coruña N24-346
Chick pollos carnisariato	Coruña y Lugo N24-427
Salchipapas Don "E"	Coruña s/n
Mar y Luna cocina peruana	Coruña s/n
Grupo Oro distribuidora de pollo y embutidos	Coruña s/
Chifa Fu Ke La	Coruña y guipuzcoa E14-134
Panadería Panettone micromercado	Coruña s/n
Doña Anita motes	Coruña s/n
Quito lounge	Coruña s/n
Café Lab.	Coruña e Isabel la Católica
Fortunatos	Coruña s/n
Tiendas	Coruña s/n
Crispy and Grilled chicken company	Coruña y Plaza Artigas N25-22
Fondant pastelería panadería cafetería	Coruña y Plaza Artigas N25-26
Casa Mariana café restaurante	Coruña

**LOCALES AJENOS A LA COMIDA
(clientes potenciales)**

Kryoland Maquillaje frente a un edificio en construcción
Fideval
DirecTv
Lavandería La Química
Local Costura

MG Beautylash(uñas y pestañas)
Edificio Coruña Plaza
Electrolux
Live Studio tienda de video
Tata consultance service
Seguros del Pichincha
Home Design muebles
Ashley home design furniture
The Nail bar
Universidad UMET
Hispana de seguros
Altana Plaza
Fybeca
Banco del Pacífico
Induvit accesorios de muebles
Pet´s store
Grupo Balluarte construcciones
Main Coffe insumos maquinaria para cafetería
Librería El Oso lector
Estética Estudio láser
Peluquería
Mona´s shop pasta artesanal
Edificio Net-working
Iglesia Adventista
Atuczara taller galleria
Splender Estética
Muebles Martha Alicia Dávalos
Mecánica
Moshi boots tienda de ropa
Tienda de frutos secos
Té tienda Plantas
Papelería

ANEXO B Encuesta

Señor (a) encuestado(a), a continuación, se le presentarán preguntas a las que se le pide responda con honestidad, por favor siéntase totalmente libre para responder, se le recuerda que la encuesta realizada se hace con fines de investigación de mercado.

1.-Considera que sus salidas a comer a un restaurante son:

- a) Una necesidad
- b) Una actividad de ocio
- c) Una experiencia
- d) Un encuentro social

2.- Sale a menudo a comer en restaurantes?

- a) Diariamente
- b) Varias veces a la semana
- c) Una vez a la semana
- d) Varias veces al mes
- e) Una vez al mes
- f) Varias veces al año
- g) Una vez al año o menos
- h) Es la primera vez

3.- ¿Cuál de los siguientes platos es de su preferencia? Escoger dos opciones.

Costillas BBQ

Sandwich de langosta

Waffles con pollo frito

Pizza

Hamburguesa con papas

4.- De las siguientes opciones ¿Cuáles considera que son relevantes al momento de visitar un restaurante?, escoger tres opciones:

Comida

Seguridad

Innovación

Ambiente

Economía

Higiene

Servicio

Calidad

5.- ¿Iría usted a un restaurante temático?

Si

No

Tal vez

6.- Refiriéndose a las instalaciones ¿Qué le gustaría encontrar en el restaurante temático? Se permite más de una respuesta

Música en vivo

Muy iluminado

Ambiente de interacción

Shows y presentaciones

Ambiente moderno

Buena vista

Música tenue y agradable

Asientos cómodos

Poca iluminación

Ambiente divertido

7.- ¿En un restaurante temático le gustaría probar comida norteamericana?

Si

No

Tal vez

8.- ¿Cuándo tiene la costumbre de ir a un restaurante?

	Lunes a viernes	Fines de semana
Mañana		
Medio día		
Noche		

9.- ¿Qué le gustaría además de comidas y bebidas encontrar en el restaurante? Se permiten dos respuestas.

Servicio de wifi (internet)

Recargas a celular

Juegos / entretenimiento infantil

Toma corriente para celulares, pc, tablets

Zona pet friendly

ANEXO C Cotizaciones

D'CARNES COOL



Chuleta cerdo	kg	\$7,50
Matambre	kg	\$9,30
Tocino	kg	\$12,50
Patas cerdo	kg	\$5,40
Costilla bbq prec.	kg	\$12,50

Pollo

Pollo aliñado	kg	\$4,00
Pollo entero vacío	kg	\$3,40
Pechuga sin hueso	kg	\$6,30
pechuga con hueso	kg	\$5,80
Muslos	kg	\$3,30
Piernas	kg	\$3,30
Alas (sin espaldilla)	kg	\$5,30
Filete pechuga	kg	\$8,25

Visceras

Ubre	kg	\$3,30
Higado	kg	\$5,20
Guata	kg	\$5,50
Corazon	kg	\$3,30
Lengua	kg	\$7

Borrego

Borrego seco	kg	\$8,20
Pulpa borrego	kg	\$14,50
Pierna borrego	kg	\$11,00
Menudo	kg	\$12

Chorizos

Chorizo argentino	kg	\$7,50
Chorizo ambateño	kg	\$6,60

Parrilladas

Parrillada individual	uni	\$5,00
Parrillada completa	uni	\$5,50

Horneado

Pollo horneado	kg	\$10
Costilla horneada	kg	\$12,50

SE ACEPTA DEVOLUCIÓN DEL PRODUCTO SI:
- El color es verde y/o no característico

Imagen No.1. Cotización de materia prima, carnes. (2020). D´carnescool. Quito

D'CARNES COOL



Res

Pulpa res	kg	\$8,00
Lomo falda sin limpiar	kg	\$8,90
Lomo falda super limpio	kg	\$10
Lomo falda filet.	kg	\$11
Lomo fino res	kg	\$14,00
Salón res	kg	\$8,80
Molida esp	kg	\$5,50
Molida super esp	kg	\$6
Molida res 50/50	kg	\$4,20
Molida cte	kg	\$4,24
Fileteada res	kg	\$8,80
Costilla res	kg	\$4,40
Goulash esp	kg	\$6,60
Goulash cte	kg	\$6,00
Pata res	uni	\$3,50
Hueso res	kg	\$2,40
T-bone	kg	\$10,50
Hueso blanco	kg	\$1,50
Picaña res	kg	\$11
Bife res	kg	\$12
Rodaja res	kg	\$5
Tomahawk	kg	\$11,50
Pecho res	kg	\$7,30
Tuetano	kg	\$5
Arrechera	kg	\$8,50
Chuleta res	kg	\$7,10

Hamburguesas

Hamburguesa res	uni	\$0,60
Hamburguesa pollo	uni	\$0,88
Hamburguesa cerdo	uni	\$0,85
Hamburguesa mixta	uni	\$0,85

Cerdo

Pulpa cerdo	kg	\$7,40
Pierna cerdo con hueso y pi	kg	\$6,60
Lomo falda cerdo	kg	\$9,50
Lomo fino cerdo	kg	\$10
Molida cerdo	kg	\$6,60
Hueso cerdo	kg	\$3,50
Costilla cerdo fritada	kg	\$6,70
Costilla cerdo BBQ	kg	\$7,90
Grasa cerdo	kg	\$4,40
Cuero cerdo	kg	\$4,60
Manos cerdo	kg	\$4,90

Quedate en casa

Imagen No.2. Cotización de materia prima, carnes. (2020). D´carnescool. Quito

DETALLE DEL PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO
ACEITE GIRASOL	 ML	\$ 2.05
ACEITE DE OLIVA SNOB	 ML	\$ 9.95
VINAGRE DELY	 GALÓN	\$ 2.22
MAYONESA DELY	 GALÓN	\$ 9.83
SALSA DE TOMATE MARCELLO'S	 GALÓN	\$ 3.54
MOSTAZA RAMONELI	 KG	\$ 3.40
SALSA INGLESA MCCORMICK	 G	\$ 1.85
MIEL DE ABEJA	 KG	\$9.00
AZÚCAR VALDEZ	 KG	\$ 1.02

AZÚCAR IMPALPABLE LA REPOSTERITA		G	\$ 1.90
CREMA DE LECHE TRU		LT	\$ 3.84
LECHE		LT	\$ 0.80
MANTEQUILLA A VITA		KG	\$ 10.00
HARINA SUPERIOR		KG	\$ 1.80
POLVO DE HORNEAR GRANEL		KG	\$ 2.80

Imagen No.3. Cotización de materia prima. (2020). Distribuidora Yes!. Quito



DETALLE DEL PRODUCTO		UNIDAD	PRECIO
CANELA		KG	\$ 9.60
SAL		KG	\$ 0.50
PIMIENTA NEGRA		KG	\$ 2.12
LAUREL		KG	\$ 6.28

Imagen No.4. Cotización de materia prima. (2020). Distribuidora Yes!. Quito

DETALLE DEL PRODUCTO		UNIDAD	PRECIO
LONCHERA		25	\$ 1.90
CONTENEDOR CON DIVISIÓN		25	\$ 2.40
CONTENEDOR LLANO		25	\$ 2.00
VASO		50	\$ 5.94
TENEDOR		50	\$ 1.15
CUCHILLO		50	\$ 1.15
CUCHARA		50	\$ 1.00

Imagen No.5. Cotización de productos desechables. (2020). Distribuidora Yes!. Quito



Imagen No.6. Precio parrilla. (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.7. Precio fregadero. (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.8. Precio microondas. (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.9. Precio mesas de trabajo. (2020). <http://www.chutku.ec>



Imagen No.10. *Precio wafflera.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.11. *Precio balanza.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.12. *Precio campana extractora.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.13. *Precio exprimidor.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.14. Precio kitchen. (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.15. Precio picadora papas. (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.16. Precio refrigerador. (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.17. Precio silla oficina. (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.18. *Precio mesa oficina.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.19. *Precio impresora.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.20. *Precio grapadora.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.21. *Precio laptop.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.22. *Precio sistema de facturación.* (2020). <https://www.novicompu.com>



Imagen No.23. Precio contenedores. (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.24. Precio cucharas medidoras. (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.25. Precio cuchareta. (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.26. Precio juego chuchillos. (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.27. *Precio bowls* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.28. *Precio rollo aluminio*. (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.29. *Precio tablas cocina*. (2020). <https://articulo.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.30. *Precio dispensador gel para clientes*. (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.31. *Precio espátula*. (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.32. *Precio mesa con sillas.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.33. *Precio plástico film.* (2020).<https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.34. *Precio pelador.* (2020).<https://termalimex.com>

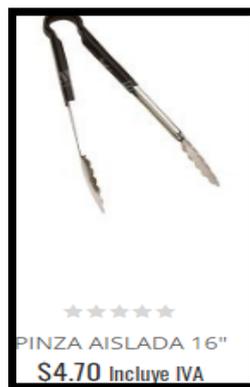


Imagen No.35. *Precio pinza 16".* (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.36. *Precio salero.* (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.37. *Precio salsero.* (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.38. *Precio sartén.* (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.39. *Precio tenedor.* (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.40. *Precio taza.* (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.41. *Precio cuchillo.* (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.42. *Precio cuchara.* (2020). <https://termalimex.com>



Imagen No.43. *Precio olla.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.44. *Precio basureros.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.45. *Precio papel cocina.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.46. *Precio bandeja servicio.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.47. *Precio bandeja desinfección calzado.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.48. *Precio televisores.* (2020). <https://www.comandato.com>



Imagen No.49. *Precio accesorio entretenimiento infantil.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.50. *Precio accesorio entretenimiento infantil.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>



Imagen No.51. *Precio accesorio entretenimiento infantil.* (2020). <https://listado.mercadolibre.com.ec>