



## **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE  
COMIDA RÁPIDA UBICADO EN EL BARRIO  
CENTRAL – SAN CRISTÓBAL, GALÁPAGOS.**

”

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

**AUTOR:**

**Patricio Fernando Guerra Rocha**

**TUTOR:**

**Ing. Juan Chiriboga**

**Galápagos – San Cristóbal, 12 de marzo de 2022**

## **DEDICATORIA**

Dedico la Tesis de grado a mi mamá Rosa Elvira Gonzales, que desde el cielo me ha cuidado y me sigue guiando y por haberme inculcado los verdaderos principios de la personalidad humana del hombre que sigo siendo como la sinceridad, el respeto y la responsabilidad que me ayudaron a cumplir con el objetivo primordial como la finalización de la carrera universitaria.

Patricio Guerra Rocha.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme brindado salud, recursos y la capacidad necesaria para culminar con éxito mi Carrera Universitaria.

A mi madre que desde el cielo me guía para permanecer en constante lucha con mis objetivos y que sin duda alguno luchó por dejarme su mejor herencia que son los estudios y los principios.

A mi Padre que desde siempre me guío para permanecer en constante lucha con mis objetivos y que sin duda alguno luchó por dejarme su mejor herencia que son los estudios y los valores y principios.

A mi esposa Jenny Cedeño quien me acompañó en mi trayectoria de estudios brindándome todo su apoyo y tiempo necesarios. Así mismo, a mi hermosa hija que está en camino y que ha sido la mayor fuente de progresar en mi vida profesional para ser un ejemplo a seguir.

Agradezco especialmente a mis profesores, quienes han compartido sus conocimientos profesionales y experiencias que me infundieron a esforzarme y amar mi permanencia en la Universidad del Instituto Tecnológico Internacional, ya que con su valiosa dirección han sido fuente principal para la ejecución y culminación con éxito del mismo.

Patricio Guerra Rocha.

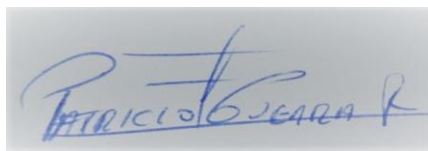
## **AUTORIA**

Yo, **PATRICIO FERNADNO GUERRA ROCHA** autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

SAN CRISTÓBAL, 12 de marzo de 2022

**AUTOR**

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is cursive and appears to read 'Patricio Guerra R'.

---

Patricio Fernando Guerra Rocha

C.I 1804583225

**Ing. Juan Chiriboga**  
**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

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

Galápagos, 12 de marzo de 2022

---

Ing. Juan Chiriboga.

**TUTOR**

## **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 clausulas:

PRIMERA: El **Ing. Juan Chiriboga** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. **Patricio Fernando Guerra Rocha** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. **Patricio Fernando Guerra Rocha** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida rápida ubicado en el barrio central – San Cristóbal, Galápagos”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Ing. Juan Chiriboga**.

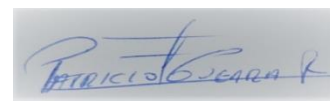
DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Ing. Juan Chiriboga** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr. **Patricio Fernando Guerra Rocha**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida rápida ubicado en el barrio central – San Cristóbal, Galápagos”** 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.

---

**Ing. Juan Chiriboga**



---

**Sr. Patricio Guerra**

**12 de marzo de 2022**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA</b> .....	II
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	III
<b>AUTORIA</b> .....	IV
<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	V
<b>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA</b> .....	VI
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	15
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	17
<b>CAPÍTULO II</b> .....	18
<b>2. Organización Empresarial</b> .....	18
<b>2.1 Creación de la empresa</b> .....	18
<b>2.2 Descripción de la empresa</b> .....	18
<b>2.2.1 Importancia.</b> .....	18
<b>2.2.2 Características.</b> .....	19
<b>2.2.3 Actividad</b> .....	21
<b>2.3 Tamaño de la empresa.</b> .....	24
<b>2.4 Necesidades que satisfacer</b> .....	26
<b>2.5 Necesidad Fisiológica.</b> .....	27
<b>2.6 Necesidad de Seguridad.</b> .....	27
<b>2.7 Necesidad Social – Afiliación.</b> .....	28
<b>2.8 Necesidad de Reconocimiento.</b> .....	29
<b>2.9 Necesidad de Autorrealización.</b> .....	29
<b>2.10 Localización de la empresa</b> .....	30
<b>2.11 Filosofía empresarial</b> .....	31
<b>2.12 Misión</b> .....	32
<b>2.13 Visión</b> .....	32
<b>2.14 Objetivos.</b> .....	32
<b>2.15 Meta</b> .....	33
<b>2.16 Estrategias</b> .....	33
<b>2.17 Políticas.</b> .....	34
<b>2.18 FODA.</b> .....	36

2.19 Desarrollo organizacional .....	38
2.20 Tipo de Estructura .....	38
2.20.1 Diferenciación .....	39
2.20.2 Formalización .....	39
2.20.3 Centralización – Descentralización .....	40
2.20.4 Integración .....	41
2.21 Flujogramas .....	41
2.22 Organigrama empresarial .....	43
2.23 Organigrama Vertical .....	43
2.24 Funciones del personal .....	44
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>53</b>
<b>3. Procesos de Investigación de Mercado y Marketing</b> .....	<b>53</b>
3.1 Objetivo de Mercadotecnia .....	53
3.2 Investigación de Mercado .....	55
3.3 Modalidad .....	56
3.4 Plan de Muestreo .....	56
3.5 Análisis de la Encuesta .....	58
3.6 Análisis General .....	68
3.7 Entorno Empresarial .....	69
3.8 Microentorno .....	69
3.9 Competencia Directa .....	70
3.10 Competencia Indirecta .....	71
3.11 Sustitutos .....	71
3.12 Proveedores .....	72
3.13 Intermediarios .....	73
3.14 Clientes .....	73
3.15 Macroentorno .....	73
<b>Factor Económico</b> .....	<b>75</b>
<b>Factor Socio Cultural</b> .....	<b>75</b>
<b>Factor Tecnológico</b> .....	<b>76</b>
3.16 Financiamiento .....	77
3.17 Especificaciones del producto .....	77



3.18 Producto y Servicio. ....	77
3.19 Producto Esencial. ....	78
3.20 Producto Real. ....	79
3.21 Características. ....	79
3.22 Calidad. ....	80
3.23 Estilo. ....	80
3.24 Marca. ....	81
3.25 Producto Aumentado. ....	82
3.26 Promoción del producto o servicio. ....	82
3.27 Distribución y puntos de venta. ....	83
3.28 Plan de introducción al mercado. ....	85
Área de Cocina. ....	85
3.29 Materiales de identificación. ....	87
3.30 Logotipo. ....	87
3.31 Tarjetas de presentación. ....	88
3.32 Hoja membretada y presentación. ....	89
3.33 Riesgo y oportunidades de negocio. ....	90
4. Fijación y políticas de precios. ....	92
4.1 Implementación del negocio. ....	97
4.2 Objetivos del área de producción. ....	101
4.3 Estudio arquitectónico. ....	103
4.4 Diseño y Distribución de la planta y oficinas. ....	104
CAPÍTULO IV. ....	105
5. DERECHO EMPRESARIAL. ....	105
5.1 Objetivo del área. ....	105
5.2 Marco legal de la Empresa. ....	106
5.3 Objeto y Ámbito. ....	107
5.4 Derechos y Obligaciones. ....	109
5.5 Código del Trabajo. ....	110
5.6 Permisos y requisitos de funcionamiento. ....	111
5.7 Obtención de la Patente Municipal. ....	111
5.8 Obtención del R.U.C. ....	112

5.9 Aspectos legales, laborales, tributarios, mercantiles.....	115
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>118</b>
<b>6. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....</b>	<b>118</b>
6.1 Objetivo de área .....	118
6.2 Impacto ambiental.....	119
6.3 Impacto social.....	123
6.4 Igualdad de género .....	123
6.5 Generar empleo .....	123
6.6 Atracción de empleados .....	124
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>125</b>
<b>7.0 Proceso Financiero.....</b>	<b>125</b>
7.1 Objetivo de la Inversión.....	125
7.2 Elementos de la Inversión.....	125
7.3 Activos Fijos.....	126
7.4 Activos diferidos.....	127
7.5 Capital de Trabajo.....	127
7.6 Sueldos.....	129
7.7 Depreciación Activos Fijos.....	130
7.8 Amortizaciones.....	130
7.9 Estructura de la Inversión.....	131
7.10 Tabla de Amortización.....	132
7.11 Punto de Equilibrio.....	132
7.12 Costo de Venta.....	135
7.13 Flujo de efectivo o caja.....	136
7.14 Estados Financieros Proyectados.....	138
7.15 Evaluación Financiera.....	138
7.16 Período de Recuperación (PRI).....	138
7.17 Valor actual Neto (VAN).....	139
7.18 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	139
7.19 Cálculo del TIR y el VAN.....	140
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>142</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>142</b>

<b>Recomendaciones</b> .....	144
<b>Referencias</b> .....	145
<b>Anexos</b> .....	150

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pregunta 1 .....	58
Tabla 2. Pregunta 2 .....	59
Tabla 3. Pregunta 3 .....	60
Tabla 4. Pregunta 4 .....	61
Tabla 5. Pregunta 5 .....	62
Tabla 6. Pregunta 6 .....	63
Tabla 7. Pregunta 7 .....	64
Tabla 8. Pregunta 8 .....	65
Tabla 9. Pregunta 9 .....	66
Tabla 10. Pregunta 10 .....	67
Tabla 11. Proveedores .....	72
Tabla 12. Financiamiento .....	77
Tabla 13. Fijación de Precios. Alitas BBQ.....	93
Tabla 14. Fijación de Precios. Menstras Completas .....	94
Tabla 15. Fijación de Precios. Batidos .....	95
Tabla 16. Arriendo del Local.....	97
Tabla 17. Equipos Industriales.....	97
Tabla 18. Equipos de Computación .....	98
Tabla 19. Muebles y Enseres .....	98
Tabla 20. Equipos Industriales de Seguridad .....	99
Tabla 21. Sumistros de Oficina .....	99
Tabla 22. Servicios Básicos .....	100
Tabla 23. Materiales de Limpieza .....	100
Tabla 24. Inversiones. Activos Fijos .....	126
Tabla 25. Activos Diferidos .....	127
Tabla 26. Capital de Trabajo.....	128
Tabla 27. Sueldos .....	129
Tabla 28. Sueldos del Personal Individual .....	129
Tabla 29. Total de Sueldos .....	129
Tabla 30. Depreciación de Activos Fijos .....	130
Tabla 31. Amortizaciones .....	130
Tabla 32. Estructura de Inversión.....	131
Tabla 33. Tabla de Amortización .....	132
Tabla 34. Margen de Contribución.....	133
Tabla 35. Punto de Equilibrio Total .....	134
Tabla 36. Ventas Proyectadas .....	135
Tabla 37. Costo de Ventas .....	135
Tabla 38. Flujo de Efectivo o Caja.....	137
Tabla 39. Cálculos del TIR y VAN .....	140

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Imagen 1. Gráfico. Pirámide de Maslow .....	27
Imagen 2. Ubicación.....	31
Imagen 3. Flujograma de Venta .....	42
Imagen 4. Flujograma de Compra .....	42
Imagen 5. Organigrama Empresarial.....	43
Imagen 6. Puesto del Gerente.....	46
Imagen 7. Puesto del Chef .....	48
Imagen 8. Puesto Ayudante de Cocina - Mesero .....	50
Imagen 9. Puesto Cajero - Recepcionista .....	51
Imagen 10. Fórmula de Cálculo para la Muestra.....	57
Imagen 11. Gráfico. Pregunta 1.....	58
Imagen 12. Gráfico. Pregunta 2.....	59
Imagen 13. Gráfico. Pregunta 3.....	60
Imagen 14. Gráfico. Pregunta 4.....	61
Imagen 15. Gráfico. Pregunta 5.....	62
Imagen 16. Gráfico. Pregunta 6.....	63
Imagen 17. Gráfico. Pregunta 7.....	64
Imagen 18. Gráfico. Pregunta 8.....	65
Imagen 19. Gráfico. Pregunta 9.....	66
Imagen 20. Gráfico. Pregunta 10.....	67
Imagen 21. Gráfico, Microentorno .....	70
Imagen 22. Gráfico. Macroentorno.....	74
Imagen 23. Uniforme del Chef .....	85
Imagen 24. Uniforme del Ayudante de Cocina.....	86
Imagen 25. Uniforme del Personal.....	87
Imagen 26. Materiales de identificación. Logotipo .....	87
Imagen 27. Gráfico. Tarjeta de Presentación .....	88
Imagen 28. Hoja Membretada y Presentación .....	89
Imagen 29. Diseño y Distribución de las plantas y oficinas .....	104
Imagen 30. Gráfico. Punto de Equilibrio .....	134
Imagen 31. Fórmula del VAN .....	139
Imagen 32. Fórmula del TIR .....	140
Imagen 33. Cocina Industrial.....	150
Imagen 34. Gas Industrial.....	150
Imagen 35. Microondas .....	150
Imagen 36. Tostadora .....	150
Imagen 37. Licuadora .....	150
Imagen 38. Impresora .....	151
Imagen 39. Laptop Personal.....	151
Imagen 40. Computador de Escritorio .....	151

Imagen 41. Vajillas .....	151
Imagen 42. Cubiertos .....	151
Imagen 43. Mesas y Sillas.....	151
Imagen 44. Extintor de Emergencia .....	152
Imagen 45. Gel Desinfectante .....	152
Imagen 46. Esferos.....	152
Imagen 47. Hojas Papel Bon.....	152
Imagen 48. Grapadora .....	152
Imagen 49. Alitas BBQ.....	153
Imagen 50. Menstras Completas.....	153
Imagen 51. Deditos de Pescado a la Plancha .....	153
Imagen 52. Pulpo en Salsa de Champiñones .....	153
Imagen 53. Camarones al Ajillo.....	153

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida rápida ubicado en el barrio central – San Cristóbal, Galápagos”**

**Patricio Fernando Guerra Rocha**

**Ing. Juan Chiriboga**

12 de marzo de 2022

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El modelo de negocio propuesto se basa en la creación de un kits e innovaciones de nuevos platos de comidas rápidas y sostenibles para mi restaurante Galápagos Milenium, Ya que, es un restaurante dedicado a la variedad de comida, no obstante, enfocados en platos únicos y típicos del Ecuador.

La importancia de este modelo de negocio es coordinar y planificar nuevas estrategias de invocación tanto en la variedad de comidas rápidas y platos a la carta como típicos del Ecuador como el mejoramiento de la infraestructura, diseñando una nueva imagen al Restaurante, así mismo de la calidad de los productos y su enfrentamiento a las grandes competencias que se encuentran alrededor del mercado.

Además, de innovar nuevas estrategias de marketing y atención a nuestros consumidores este modelo de negocio se enfoca en brindar servicios no solo en punto geográfico adecuado sino también la posibilidad de expandirnos de cierta manera como vendedores de campo, ya que desde la pandemia del COVID 19 varios de los restaurante, incluidos nos tuvimos que adaptar a sobrellevar los riesgos y las amenazas que se nos presentaron y siguen presentado pese a la pandemia que atravesamos, por ello la

importancia de manejar los medios tecnológicos como una herramienta de necesidad para atraer, visualizar y ganar consumidores potenciales para nuestros servicios.



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad para la creación de una empresa grande, mediana o pequeña es necesario contar con la información necesaria para saber qué tan factible va hacer el negocio o sus estrategias de innovación, con el objetivo de cumplir nuestras metas y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

El modelo de negocio propuesto se basa en la creación de un kits e innovaciones de nuevos platos de comidas rápidas y sostenibles para mi restaurante Galápagos Milenium, Ya que, es un restaurante dedicado a la variedad de comida, no obstante, enfocados en platos únicos y típicos del Ecuador.

El presente proyecto o modelo de negocio es un plan de mercadeo e innovación diseñado para el restaurante Galápagos Milenium, el cual requiere de manera urgente, estrategias de mercadeo e innovación que le permitan ampliar su menú en variedad de comidas para fortalecerse en el mercado, reduciendo las perdidas por parte de la creatividad de las competencias más cercanas.

Este proyecto requiere de todo el esfuerzo y dedicación, ya que se dará inicio a una nueva oportunidad de innovación para lanzarnos en el mercado con gustos, diseños e innovaciones diferentes que nos puedan atraer y satisfacer a los clientes, cumpliendo así las necesidades requeridas por los consumidores.

## **CAPÍTULO II**

### **2. Organización Empresarial**

#### **2.1 Creación de la empresa**

Galápagos Milenium Restaurant surge de la necesidad de brindar productos y servicio de calidad, además de nuevas innovaciones dentro de un lugar geográfico determinado. Galápagos Milenium Restaurant busca crear un ambiente ameno en donde las familias, amigos, público en general puedan disfrutar de una variedad de comida rápida y única, además de sus cercanos paisajes, entre otros mientras se deleitan con productos de calidad y deliciosos platos de comida rápida. Galápagos Milenium Restaurant es una microempresa que brinda productos con altos estándares de calidad, así como una gran variedad de platos.

#### **2.2 Descripción de la empresa**

##### **2.2.1 Importancia.**

La cocina es una forma no solo de cubrir una necesidad, sino también de transmitir sabores, calidad y buen ambiente, es importante que las personas se sientan bien al momento de degustar un plato de comida, no solo sentirse satisfecho por cubrir una necesidad biológica, sino también sentirse bien con la atención, el ambiente y el entorno, es importante resaltar que un restaurante ubicado en el centro de la ciudad, atraerá a un número considerado de consumidores, ya que se encuentra cerca de lugares turísticos como playas y museos, sino que también es un área muy transitada por su ubicación.

Además, es importante que los negocios de cocina vuelvan su mirada a la producción de nuevas innovaciones para nuestros consumidores, ya que estas innovaciones atraen a cientos de personas todos los días, así mismo estas innovaciones necesitan de un lugar llamativo y un ambiente tranquilo para quienes nos visiten puedan satisfacerse, ya sea en familia, amigos, etc.

### **2.2.2 Características.**

Responsabilidad social: Es importante establecer que la responsabilidad social de Galápagos Milenium Restaurant es: “El compromiso que adquirimos hacia los impactos de nuestra sociedad y el bienestar de nuestros consumidores” Arroyo, P. (2021, p.3). Así pues, actualmente se entiende que debido a la situación que atraviesa el mundo por el COVID 19 y para que esto no vuelva a pasar es necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para que las personas se sientan seguras, por lo que ayuda al mantenimiento y mejoras del lugar brindando así un lugar adecuado para los visitantes.

Investigación e innovación: Es importante establecer que la investigación e innovación de Galápagos Milenium Restaurant es: “El valor y dedicación de innovar y emprender nuevas estrategias para atraer a nuestros consumidores, brindándoles algo único y necesario” Sánchez, A. (2020, p.8). Ya que, el trabajo en una constante investigación acerca de nuevas innovaciones y emprendimiento de nuestros platos de comida rápida son el target de atraer a personas de todas las edades, es por ello, que investigar la cultura y orígenes de la comida rápida nos ayuda a que con esas bases se pueda realizar innovaciones dentro de la gastronomía de este tipo de comida.

Responsabilidad ambiental: Es importante establecer que la responsabilidad ambiental de Galápagos Milenium Restaurant es: “El compromiso y la necesidad de proteger nuestro medio y a nuestra sociedad de la escasez de conciencia” Cepeda, C. (2021, p.2). Pues, consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo entero, cada uno tiene la responsabilidad de cuidar nuestro ecosistema, por ello este local cuenta con basureros de reciclaje en zonas estratégicas dentro del local, así como basureros industriales fuera del mismo, cuenta también con envases biodegradables y realiza campañas en contra de la contaminación y a favor del reciclaje.

Profesionales apasionados con su trabajo: Es importante establecer que los profesionales apasionados con su trabajo son: “Aquellas personas únicas que luchan, no solo por obtener beneficios de lucro, sino por crecer profesionalmente para el mundo no valorado” Gando, L. (2019, p.123). Así, sabiendo que la cocina no es solo un acto de elaborar diferentes tipos de comida, sino de poner pasión y un toque extra, Galápagos Milenium Restaurant ofrece un servicio de calidad con un personal que hace que los clientes se sientan como en casa, brindando no solo platos únicos e innovadores sino también una atención de primera.

### 2.2.3 Actividad

Galápagos Milenium Restaurant es un establecimiento de servicio, específicamente un restaurante de comida rápida que ofrece comida para servirse y para llevar, así como fuentes de sodas y venta restringida de bebidas alcohólicas, es decir el restaurante se base en el servicio que brindamos a nuestros consumidores para ofrecerles nuestros productos, además de una buena atención al cliente.

Entre las principales áreas de servicio tenemos los siguientes:

- Pre-servicio
- Servicio
- Post-servicio

#### **Pre – Servicio.**

El Pre-servicio engloba todas aquellas actuaciones que tienen lugar previamente al servicio de restaurante. De un modo general se identifica con la puesta a punto del restaurante. Sin embargo, además se deberá tener en cuenta toda la formación en atención al cliente. Esto es así porque para dar un servicio de calidad debemos conocer la correcta actuación para atender al cliente. De esta manera, se satisfacen las necesidades del cliente. Así mismo, se deben tener en cuenta todas aquellas especificaciones establecidas por reservas, servicios previamente contratados, etc. Una vez que se ha realizado una correcta mise en place y conocemos cómo debe hacerse la actuación con el cliente estamos en predisposición de comenzar el servicio de restaurante.

### **Servicio.**

El servicio de restaurante es el proceso por el cual se atiende a los clientes que demandan una serie de atenciones y elaboraciones gastronómicas siempre buscando la satisfacción de sus necesidades. Se debe tener en cuenta que cuando los clientes solicitan nuestros servicios no es solo por una demanda de alimentos, sino también de atenciones e información que tendremos que ofrecerles. El servicio de restauración comienza desde la entrada en el restaurante para los consumidores. Cuando los clientes entran en el establecimiento es fundamental la recepción y acogida. Este proceso normalmente lo realiza el metere. En este momento se preguntará si tienen una reserva para conocer sus preferencias en el caso de que la hubiese. De no ser así se les indicará y acercará a la mesa más adecuada. Seguidamente, se les tomará comanda de bebidas y de comidas. La comanda es el documento donde se recoge el pedido del cliente. Este documento está relacionado con la atención al cliente, el servicio de alimentos y la facturación del proceso de servicio. Tanto para la toma de comanda como para realizar el servicio se deberán tener en cuenta una serie de normas de protocolo que nos indican el orden de prelación para atender a todos los comensales de una mesa e incluso en algunos casos nos indican el lugar que deben ocupar los clientes. De un modo muy simplificado, estas normas son:

- Tienen preferencia las señoras sobre los caballeros.
- Tendrán preferencia aquellas personas de mayor edad sobre los más jóvenes.

Sin embargo, a los niños se les debe de servir primero por cuestiones prácticas, ya que se desesperan y pueden llorar, jugar, etc., lo que entorpecería el servicio.

De este modo los niños estarán entretenidos mientras se sirve al resto de comensales.

- El anfitrión siempre será atendido en último lugar. Se debe hacer referencia a una excepción, esta se produce en las bodas. En estos eventos la pareja de recién casados son al mismo tiempo los homenajeados y los anfitriones. Es por ello el único caso en el que se sirve primero a los anfitriones.
- Cuando haya un homenajeados, será el primero en ser servido independientemente de su sexo y edad.

### **Post – Servicio.**

Con la denominación de post - servicio se hace referencia a todas aquellas acciones que se realizan tras ofrecer un servicio. Estas actuaciones están enfocadas a que el local quede en adecuadas condiciones de limpieza y preparado para comenzar el trabajo al día siguiente. Tan importante es una adecuada puesta a punto como un correcto post – servicio. Las tareas que se realizan en el post - servicio son:

- Limpieza y aireación de las zonas de trabajo: salas, bar, etc. Es necesario ventilar estos espacios para eliminar olores y refrescar el ambiente.
- Colocación y orden de todo el mobiliario: mesas, sillas, guerdones y aparadores. En ocasiones se cambia el esqueleto general de la sala por necesidades de un determinado servicio. Tras su finalización se deberá volver a colocar según el esqueleto que se suela mantener en la sala.
- Repaso de todos los materiales limpiados en el office que así lo requieran.

- Limpieza de maquinaria.
- Recogida de todos los materiales y su colocación en sus correspondientes ubicaciones.
- Cierre de caja y arqueo de la jornada. Se deberá retirar el dinero obtenido de la jornada dejando la caja con el arqueo inicial del servicio.
- Control de las necesidades de género para la siguiente jornada. A continuación, se procederá a hacer el aprovisionamiento del mismo. Se deberá estar especialmente pendiente de este aspecto cuando se trate de género que debe estar frío para su servicio de modo que se puedan cargar las cámaras adecuadamente. Siempre se ha de respetar la rotación de producto.
- Traslado de la lencería a su lugar de limpieza, ya sea interno o externo. Es importante que siempre haya una adecuada cantidad de mantelería limpia disponible.

### **2.3 Tamaño de la empresa.**

Galápagos Milenium Restaurant es una microempresa, por lo cual es importante mencionar que: “Una microempresa es un tipo de empresa que recibe su nombre por presentar una plantilla de trabajadores delimitada, de 1 a 15 trabajadores como máximo, así como un volumen de facturación también delimitado, es decir la microempresa es la más pequeña de las empresas, que generalmente surge de un emprendimiento, esto no significa que no sean rentables, al contrario, las microempresas son capaces de crecer a un nivel muy importante y de lograr una gran competitividad con sus iguales del sector, por



ello son muy flexibles tanto a nivel personal que suelen ser multidisciplinarios como a otros niveles que incluye la adaptación del propio mercado, así mismo las microempresas pueden ser operadas por una persona natural, una familia, o un grupo de personas de ingresos relativamente bajos, el propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para la familia, en general comprenden a organizaciones económicas populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, barriales, comunales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, que integran la economía popular y serán promovidas con criterio de solidaridad creando y fomentando programas de inclusión conforme consta en la Ley de Economía Popular y Solidaria” Pérez, M. (2021, Art. 2; Ley de la Economía Popular y Solidaria, p. 147). Las microempresas en Ecuador han recibido apoyo a través de las políticas estatales mediante asistencia técnica y asesoramiento en la creación de microempresas y de acceso al financiamiento a través de la banca pública. Así mismo, “El estado ecuatoriano ha ejecutado diversos programas entre ellos se encuentra Produce Ecuador este se encarga de diagnosticar potencialidades y oportunidades regionales y provinciales; el programa de fomento Emprende Ecuador dirigido al empresario - emprendedor, brindando información sobre emprendimiento, asesorías para la puesta en marcha de microemprendimientos a través de la página web; el programa Innova Ecuador que promovía la innovación en la empresa y la diversificación productiva mediante el cofinanciamiento de proyectos innovadores” Salinas,

Machado, Ordoñez & Aquino. (2021, p.23). Por otro lado, el tamaño de la empresa contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva, área de producción y el área de servicio. Según, Kristina “Toda empresa o negocio se basa en una parte vertical o horizontal, ya que es la columna de la empresa o negocio” Gonzáles, K. (2021, p.2).

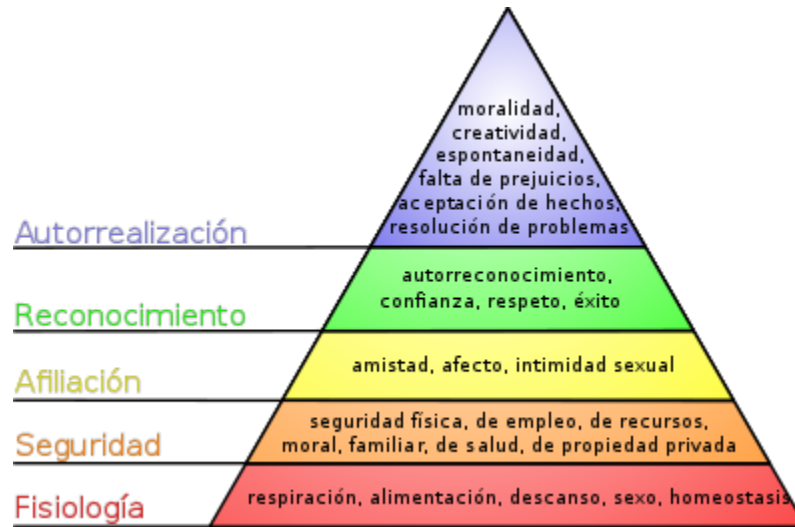
La empresa contará con:

- Gerente.
- Chef.
- Ayudante de cocina.
- Recepcionista / cajero/a
- Mesero/a

#### **2.4 Necesidades que satisfacer**

Es importante establecer que las necesidades de satisfacer son: “Los factores que se entiende sobresalen en la personalidad humana” Sandoya, G. (2019, p.4). Es por ello, que satisfacer la necesidad del cliente es el objetivo último del proceso de atención. Tras obtener del cliente la información oportuna, estaremos en condiciones de conocer sus necesidades y expectativas. Recordemos que Calidad se define en términos de satisfacción de necesidades y expectativas.

Imagen 1. Gráfico. Pirámide de Maslow



¿Qué es y para qué sirve la pirámide de Maslow? (2021)

[Imagen]. <https://n9.cl/pqhde>

## 2.5 Necesidad Fisiológica.

Es importante establecer que la necesidad fisiológica es: La necesidad más primarias y necesarias para la supervivencia, satisfacerse es producto de la necesidad. Así, incluyen el alimento, el descanso, el refugio. Atienden a procesos biológicos básicos que todas las personas que necesitan llevar a cabo para poder sobrevivir y, por tanto, son importantes para nosotros. Al ser una empresa de alimentos y bebidas, la necesidad fisiológica de alimentación está directamente satisfecha por la empresa.

## 2.6 Necesidad de Seguridad.

Primero, es importante establecer que la necesidad de seguridad es: “El compromiso que adquirimos para velar y proteger a nuestros consumidores”. Así, está la seguridad alimentaria, que abarca todo respecto a buenas prácticas de manufactura (BPM). Los platos y bebidas ofrecidos en el restaurante estarán sometidos a diferentes

protocolos de seguridad alimentaria para que el producto final llegue apto para el consumo, para ello habrá un estricto control en la cadena de producción haciendo énfasis en la bioseguridad, desde la adquisición de la materia prima hasta la entrega del platillo al cliente.

Luego está la seguridad a la integridad física del cliente, la cual se garantiza brindándole un ambiente tranquilo y calmado, en donde pueda sentirse seguro, además de contar con servicio de guardianía para los vehículos y cámaras de seguridad.

Finalmente, está la seguridad hacia los trabajadores de la empresa, esta se va a garantizar mediante el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo vigentes en Ecuador, respetando los derechos de los trabajadores, velando por su seguridad física y mental, mediante la firma de un contrato donde especifique lo dicho anteriormente.

## **2.7 Necesidad Social – Afiliación.**

Es importante establecer que la necesidad social – Afiliación es: “La necesidad y el compromiso que brindaremos a nuestros colaboradores en su paso profesional, y a su vez el servicio a nuestros consumidores” Vaca, L. (2021, p.6). Así, la primera necesidad social es interna y trata sobre propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades y cualidades de cada empleado sean consideradas igual de valiosas y necesarias para la empresa, sintiéndose así parte de un todo y no piezas individuales que pueden ser descartables en algún momento, además de esto, es necesario incentivar la creatividad y habilidades individuales de cada uno de los trabajadores.

La siguiente es externa y se trata de la relación empresa-clientes. Galápagos Milenium Restaurant busca siempre mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, un proceso de supervisión y control de la producción para garantizar calidad en los platos finales, además de una capacitación semestral a nuestro personal, y así poder brindar un servicio de calidad.

### **2.8 Necesidad de Reconocimiento.**

Es importante establecer que la necesidad de reconocimiento es: El compromiso de adquirir nuevas cosas para cambiar el mundo y no opiniones. A través, de la investigación de la cocina en cuanto a la comida rápida y platos tradicionales, la innovación de los platos, la temática del restaurante y la entrega de productos finales de primera calidad a precios accesibles para el target al que va dirigido el restaurante, buscaremos tener éxito y con esto poder satisfacer esta necesidad.

### **2.9 Necesidad de Autorrealización.**

Es importante establecer que la necesidad de autorrealización es: El secreto para enseñar y valorar la innovación y satisfacción que necesitan los consumidores. Así, Galápagos Milenium Restaurant llegará a ser una empresa reconocida, no solo por su gastronomía e innovación de sus platos, sino por su compromiso social al fomentar la innovación a la comunidad.

## **2.10 Localización de la empresa**

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Galápagos

Cantón: San Cristóbal

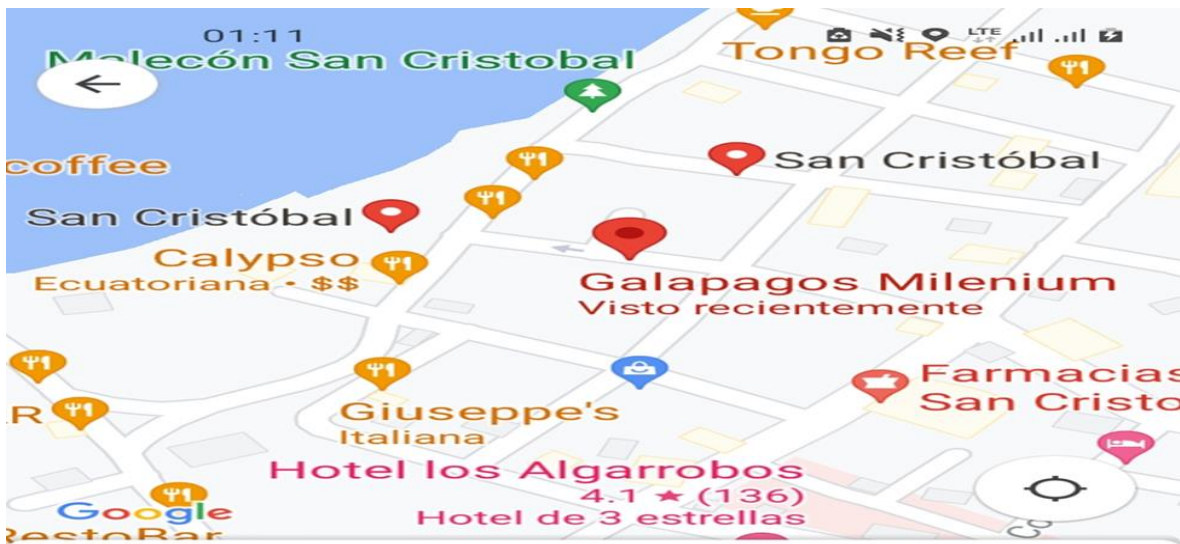
Parroquia: Puerto Baquerizo Moreno

Es importante establecer que la localización es: El punto estratégico geográficamente en donde se brindará el servicio a nuestros consumidores. Así, el restaurante estará ubicado en el centro de la isla en la región insular en la, Provincia de Galápagos, Cantón San Cristóbal, Ciudad de Puerto Baquerizo Moreno, en frente del Municipio Descentralizado de San Cristóbal de puerto Baquerizo Moreno en la calle 12 de febrero y Charles Darwin. Lugar estratégico por la gran afluencia que tiene la calle por ser centro. Además de estar a pocos minutos de uno de los sectores comerciales y productivos más importantes del cantón, siendo este un punto importante para la captación de clientes potenciales debido a las diversas actividades que se desarrollan en dicho sector. El restaurante contará con las siguientes áreas: oficina, cocina (producción), comedor y servicio al cliente, baños, existencias (bodega) cuyas dimensiones deberán proporcionar seguridad y confort tanto a la clientela como al personal. Las áreas del establecimiento estarán distribuidas de tal manera que faciliten el desempeño de las actividades del personal logrando optimizar el tiempo y

proporcionando a los empleados un ambiente de trabajo agradable que incentive la productividad.

## Croquis

Imagen 2. Ubicación



## Galapagos Milenium Restaurant

(GoogleMaps, 2021) Ubicación. Recuperado de <https://n9.cl/1bnq5>

### 2.11 Filosofía empresarial

Es importante establecer que nuestra filosofía empresarial es: “El compromiso de velar y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, ya sean internos o externos” García, P. (2021, p.12). Además, es escuchar a nuestros clientes para conocer sus expectativas y comprender sus inquietudes con el objetivo último de conseguir su plena satisfacción. Ya que, escuchando, aprendemos, innovamos y mejoramos el servicio.

### **2.12 Misión.**

Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad, donde se sobrepasen las expectativas de nuestros clientes y ser un espacio de trabajo que permita la realización personal y el desarrollo de sus colaboradores en el grupo.

### **2.13 Visión.**

Ser uno de los mejores restaurantes pioneros en la comida rápida, capaz de desarrollar en cada uno de los colaboradores; su capacidad creativa a favor del cliente. Lograr una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada para la satisfacción plena de nuestros clientes, un trato justo a sus proveedores y posibilidades de desarrollo al personal, igualmente llegar a ser uno de los restaurantes más exitosos en nuestra especialidad, así como en una muy atractiva fuente de trabajo.

### **2.14 Objetivos.**

- Investigar, crear e innovar un número extenso de platos de comida rápida dentro de nuestra área geográfica para nuestros consumidores.
- Capacitar semestralmente a los empleados para ofrecer un servicio y una atención al cliente de alto nivel.
- Brindar al comensal una variedad de platos rápidos, tradicionales y típicos y de alta calidad a precios accesibles.



### **2.15 Meta.**

Es importante establecer que nuestra meta es: “El compromiso y el resultado de nuestro trabajo para lograr sobresalir sobre los demás, así como el crecimiento profesional y laboral” Holguín, J. (2021). Así, tener un restaurante con temáticas turísticas, que satisfaga las necesidades de las familias que visitan el lugar todos los días, que tenga una liquidez en el plazo de un año y medio a partir de la apertura, y pueda generar los suficientes ingresos para cubrir las necesidades de la empresa y lograr una constante rentabilidad para cumplir con las obligaciones de los empleados.

### **2.16 Estrategias.**

Se manejará la estrategia corporativa.

Es importante establecer que la estrategia corporativa es: “El que caracteriza a la empresa o negocio y que brinda las ventajas competitivas, ya que se enfoca en su capacidad y lo que gira alrededor” Montes, A. (2020).

- Estudiar las distintas preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales del sector centrándonos en las familias o grupos que asisten con mayor frecuencia mediante un estudio de mercado.
- Crear un menú atractivo de alimentos y bebidas con temática turística en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.
- Proporcionar una variedad de comida rápida, tradicional y típica con descuentos, según el número de personas.

### **2.17 Políticas.**

El Sistema de Gestión de la Calidad y Seguridad Alimentaria impulsará como estrategia básica, el poder satisfacer los requisitos y expectativas de nuestros clientes en la calidad e inocuidad alimentaria de nuestros productos, con total respeto a la legislación aplicable.

#### **Los Trabajadores.**

Las políticas de mercado de trabajo utilizan un conjunto de instrumentos y programas a través de los cuales el sector público interviene en dicho mercado, con objeto de combatir o evitar el desempleo, mitigar sus efectos y apoyar a la población activa en riesgo de desocupación, por ello los colaboradores o trabajadores deben cumplir con:

- Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por el restaurante.
- Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- No libar en vías públicas utilizando el uniforme de trabajo.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas a cada uno de los trabajadores.
- Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa, toda relación de índole amorosa está prohibida dentro de las instalaciones.

- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.

### **La Empresa.**

La empresa se hace referencia a un sistema estructurado y deliberado de principios que orientan la toma de decisiones de la empresa y que aspiran a lograr resultados racionales, ejemplo de sus funciones son:

- Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- Es responsable de capacitar a todo su personal semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación y la implementación de procesos y sistemas de producción y control de calidad en todas las áreas de la empresa.

## **2.18 FODA.**

Es importante conocer que: “El análisis FODA te permite identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de un proyecto específico o de tu plan de negocios general. Con esta herramienta, tu equipo puede planificar estratégicamente y mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado, es decir permite diagnosticar la situación estratégica en que se encuentra una empresa, organización, negocio, institución o persona, a fin de desarrollar con éxito un determinado proyecto, así mismo el estudio de la matriz FODA permite identificar problemas, prever escenarios, predecir complicaciones, observar soluciones, visualizar puntos débiles de la entidad y transformarlos en fortalezas y oportunidades, así pues el análisis riguroso de los datos recabados permitirá formular y seleccionar las estrategias a seguir, por ello la importancia de la matriz FODA reside en que permite analizar todos los elementos que envuelven un negocio o proyecto para, de esta manera, cumplir con los objetivos planteados” Flores, M. (2021, pág. 4).

Así mismo, es importante establecer que el análisis FODA del restaurante es: “El principal objetivo para organizar, planificar, coordinar y ejecutar nuestras fortalezas, oportunidad, debilidades y amenazas” Tobar, V. (2020, p.24). Así, y para cualquier negocio, consiste en dar una visión más certera de todos los factores internos, cuáles son las debilidades y fortalezas, y los externos, las amenazas y oportunidades.

### **Fortalezas.**

- Productos innovadores y con altos estándares de calidad.
- Temática llamativa del restaurante.

- Un equipo de trabajo capacitado y comprometido con lo que hace.
- Instrumentos y maquinaria de alta calidad que facilita el trabajo del personal.

### **Oportunidades.**

- Poca competencia en cuanto a locales de comida rápida con temática turística a los alrededores de la empresa.
- La gran cantidad de personas que llegan todos los días al centro y sus alrededores del lugar geográfico donde estará ubicado el restaurante.
- La gran cantidad de áreas públicas aledaños al restaurante.
- Proveedores fieles, de confianza, responsables y con materia prima de alta calidad.

### **Debilidades.**

- El espacio físico limitado del restaurante.
- Limitado capital al iniciar el negocio.
- No establecer un orden claro en los procesos de producción y servicio.
- Espacio disminuido del área de trabajo y poca ventilación.

### **Amenazas.**

- Emergencia de salud por la pandemia que vive el mundo.
- Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- Alza de precios en maquinarias, mobiliario y materia prima.
- La competencia cercana y sus potenciales competidores.

## **2.19 Desarrollo organizacional**

Es importante establecer que: “El desarrollo organizacional consiste en estudiar los comportamientos que convierten a las organizaciones en entidades eficaces y funcionales, es decir es el conjunto de métodos y procesos puestos en marcha para maximizar el potencial humano de las organizaciones. Es también una forma de ver el funcionamiento interno de una organización como vehículo para adaptarse a los retos externos” Lucas, V. (2021, p.4).

## **2.20 Tipo de Estructura**

Galápagos Milenium Restaurant se basará en un tipo de estructura y comunicación vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente, en otras palabras, representa la estructura empresarial como una pirámide jerárquica de arriba a abajo, de manera que los niveles más altos tienen una mayor autoridad. Por tal razón, las ventajas son, sobre todo, que la autoridad y jerarquía quedan claras y con ellas, el responsable, a diferencia de otros como el horizontal.

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

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

**Nivel Gerencial.**

- Gerente / Propietarios

**Nivel Operativo.**

- Chef
- Ayudante de Cocina
- Recepcionista / cajero/a
- Mesero/a

**2.20.1 Diferenciación.**

Es importante establecer que el desarrollo organizacional es: “El proceso de conocer y cambiar la salud, la cultura y el desempeño de la organización, pues está diseñado para mejorar las habilidades, el conocimiento y la efectividad individual de una empresa en términos de todos sus objetivos.” Parra, N. (2019, p.3). Así, en Galápagos Milenium Restaurant buscará cumplir con todos los objetivos planteados, ya que el proceso es brindar a la comunidad una cultura adecuada a los medios de preservación del medio ambiente, es decir brindar a la sociedad nuestro servicio, no obstante, siempre velar por nuestros consumidores y su salud y así mismo por nuestro medio ambiente y sus cuidados de reciclaje desempeñando así campañas y concientizando a las personas una cultura ambientalista y sana.

**2.20.2 Formalización**

Es importante establecer que la formalización es: “La acción de legalizar jurídicamente su presencia en el mercado y también como la manera en que se

encuentran declarados y evidenciados sus procesos organizacionales.” Jaramillo, O. (2021). Así pues, la empresa se regirá a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

### **2.20.3 Centralización – Descentralización.**

Es importante conocer que la centralización – descentralización es: “El compromiso que organizara a la empresa para sobresalir al mercado profesional” Alcívar, N (2020). Así, Galápagos Milenium Restaurant centrará sus actividades en las áreas de producción, distribución y comunicación; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel insular y nacional.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.



#### **2.20.4 Integración.**

La integración organizacional se basará en: “El sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y distribución para el fortalecimiento del negocio”, Rayano, P. (2019, p.21). Así, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas con los Kardex correspondientes en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

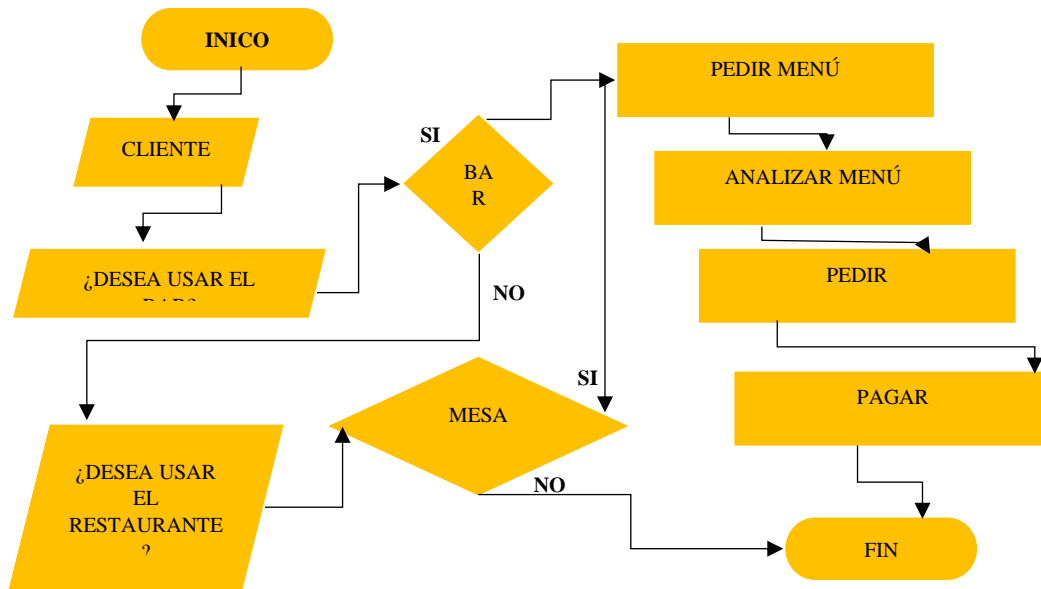
#### **2.21 Flujogramas.**

Es importante establecer que los flujogramas son: “La herramienta utilizada para representar la secuencia de las actividades en un proceso.” Baldes, B. (2021, p.3). Así pues, muestra el comienzo del proceso, los puntos de decisión y el final del mismo. Es una de las siete herramientas básicas de gestión de calidad para la coordinación y centralización del negocio o empresa, a continuación, se mostrará el flujograma de ventas y servicios de nuestra empresa.

**Flujogramas de ventas. (Imagen 3)**

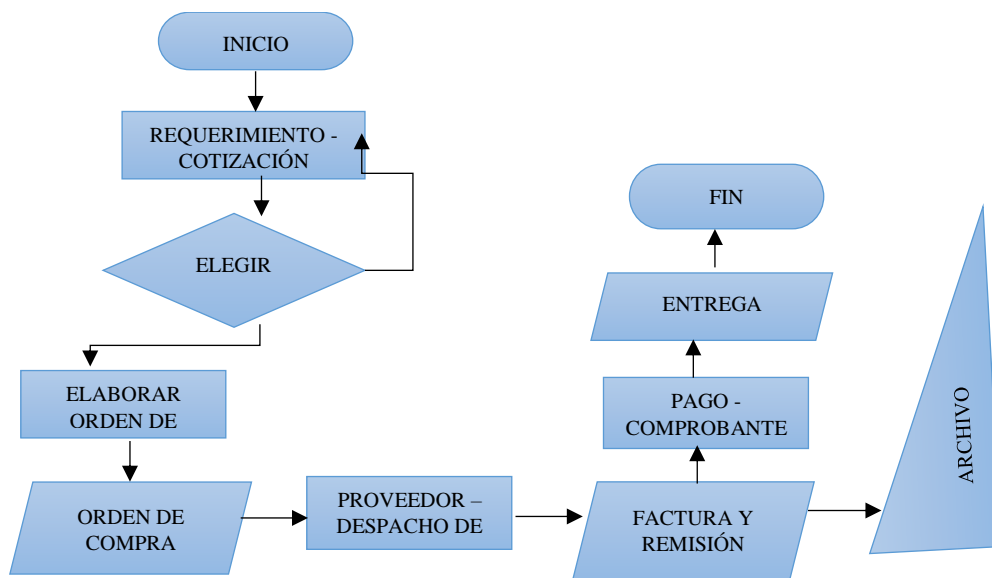
**Flujograma de Compras. (Imagen 4)**

Imagen 3. Flujograma de Venta



Guerra, P. (2022). Flujogramas de Ventas de Galápagos Milenium

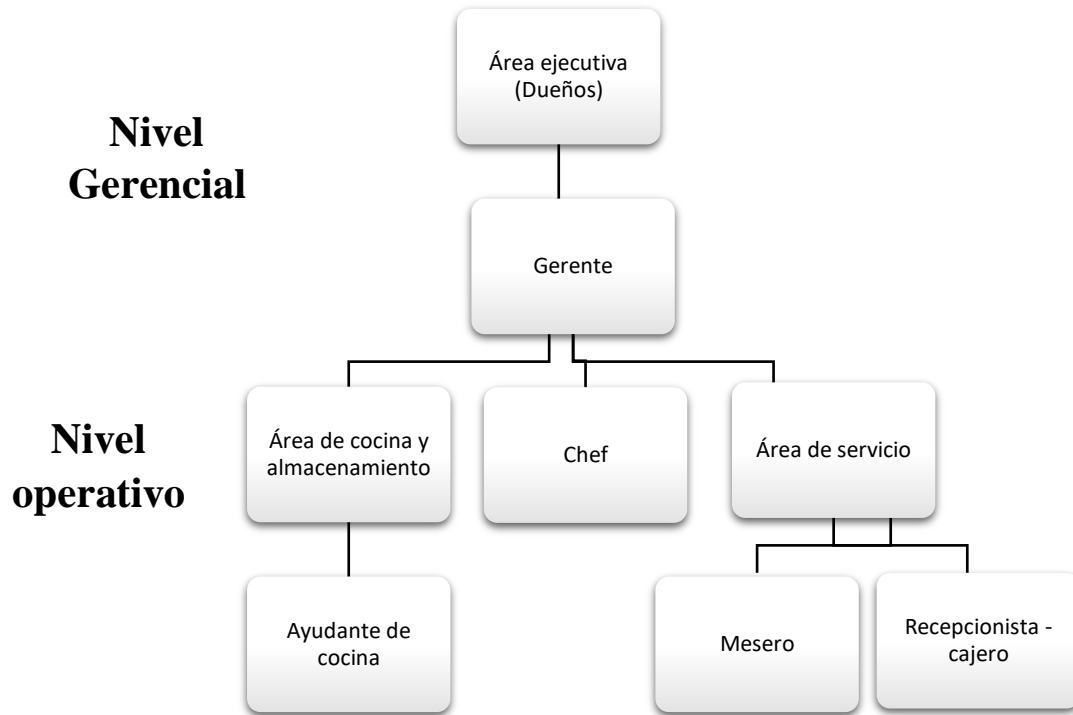
Imagen 4. Flujograma de Compra



Guerra, P. (2022). Flujogramas de Compras de Galápagos Milenium

## 2.22 Organigrama empresarial.

Imagen 5. Organigrama Empresarial



Guerra, P. (2022). Organigrama Empresarial. Galápagos Milenium. Galápagos

## 2.23 Organigrama Vertical.

Es importante establecer que este organigrama es vertical, es decir “El organigrama vertical es la guía gráfica para conocer cuál es la organización departamental y las jerarquías de una organización. En este caso, se hablará del organigrama vertical como método organizativo y de los casos en los que es recomendable. La mayoría de las ‘schools business’ recomiendan que haya organigramas verticales, pero sí es cierto que en empresas donde se prioriza la creatividad se da más importancia a la cooperación. Por lo tanto, saber cuándo conviene implementar los organigramas verticales se convierte en una cuestión de pura

eficiencia. Así, los organigramas verticales son representaciones gráficas en las que se muestra claramente la jerarquía de una empresa, desde los niveles superiores a los inferiores. También se refiere al estilo de dirección que enfatiza la división jerárquica de las funciones por encima de la cooperación entre departamentos” Gómez, A. (2019, p.3). Nos muestra claramente la jerarquía de una empresa, desde los niveles superiores a los inferiores. También se refiere al estilo de dirección que enfatiza la división jerárquica de las funciones por encima de la cooperación entre departamentos.

### **2.24 Funciones del personal**

Es importante establecer que las funciones del personal son: “El compromiso que adquirimos para ayudar y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, además de los compromisos laborales” Solorzano, A. (2021). Así, entre sus funciones están las de crear, mantener y desarrollar un contingente de recursos humanos, con habilidad y motivación para realizar los objetivos de la organización. Crear, mantener y desarrollar condiciones organizacionales de aplicación, desarrollo y satisfacción plena de recursos humanos y alcance de objetivos individuales.

**Supervisor de compras:** Es importante establecer que el supervisor de compra es: “La persona eficiente y eficaz de llevar a cabo el control y planificación de sus deberes” Baquerizo, D. (2020). Ya que, se encarga de la elección de proveedores, evaluación de las necesidades de mercancías y las ofertas, realizar los pedidos y controlar la fecha de entrega, revisar las fechas de caducidad de las mercancías, almacenamiento, control y distribución de las mismas.

**Cocinero:** Es importante establecer que el cocinero es: “Aquel que fomenta y prepara los servicios que degustaran nuestros consumidores” Pardo, E. (2021). Así pues, contribuirá en el cálculo de los costos, la elaboración del menú, en los pedidos; entrega, revisión, conservación y almacenamiento de los alimentos; preparación de los distintos platos y en el cuidado, presentación y limpieza de los implementos de cocina.

**Camarero:** Es importante establecer que el camarero es: “Es la persona cordial y simpática que velará y servirá las necesidades de nuestros consumidores, satisfaciéndolas” Cortés, P. (2020). Así, la preparación y decoración de las salas y mesas del establecimiento, recibir y despedir a los clientes, servir los alimentos, ayudar en la gestión de cobro, cuidar la cubertería y vajilla, almacenar y controlar la mercancía serán sus responsabilidades.

## **PUESTO DE GERENTE**

### **Detalles generales del puesto de Gerente.**

**Empresa**

Galápagos Milenium Restaurant

**Unidad administrativa**

Área ejecutiva.

**Misión del puesto** Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

**Denominación del puesto**

Gerente.

<b>Rol del puesto</b> de	Administración y supervisión de procesos  producción, venta y distribución de alimentos y bebidas.
<b>Remuneración</b>	\$ 1400

### Méritos aspectos a considerar

Imagen 6. Puesto del Gerente

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<p>Tecnólogo en Administración o superior.</p> <p>Al menos un idioma fluido aparte del nativo. De preferencia inglés.</p>	<p>Mínima 1 1/2 año en el cargo de Gerente.</p>	<p>Técnicas de vanguardia e innovación.</p> <p>Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio.</p> <p>Administración de empresas; alimentos y bebidas.</p> <p>Conocimiento y dominio de cocina en cuanto a comida rápida y coctelería.</p> <p>Dominio de procesos contables, manejo de Kardex.</p>	<p>Puntualidad</p> <p>Respeto</p> <p>Adaptabilidad.</p> <p>Análisis de problemas.</p> <p>Análisis numérico.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Creatividad.</p> <p>Comunicación</p> <p>Delegación.</p> <p>Desarrollo de subordinados.</p> <p>Tolerancia al estrés.</p> <p>Liderazgo.</p> <p>Iniciativa.</p> <p>Integridad.</p>

			Meticulosidad. Planificación y organización. Sensibilidad interpersonal. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.
--	--	--	--

Guerra, P. (2022). Puesto del Gerente. Galápagos Milenium. Galápagos

## PUESTO DE CHEF

### Detalles generales del puesto ayudante de cocina.

<b>Empresa</b>	Galápagos Milenium Restaurant.
<b>Unidad administrativa</b>	Área Ejecutiva.
<b>Misión del puesto</b>	Sus funciones de gerencia son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo del negocio, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.
<b>Denominación del puesto</b>	Chef.
<b>Rol del puesto</b>	Supervisar y coordinar al personal y las comidas rápidas del servicio que se brinda a los consumidores
<b>Remuneración</b>	\$ 800
<b>Méritos aspectos a considerar</b>	

Imagen 7. Puesto del Chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima 9 meses en el cargo de ayudante de cocina, de preferencia en comida rápida.	Reelaboración y conservación culinaria. Procesamiento de alimentos y bebidas. Administración de empresas; alimentos y bebidas. Conocimiento en cocina en cuanto a elaboración de comida rápida y coctelería.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Creatividad. Respeto Comunicación. Compromiso. Decisión. Puntualidad Solidaridad. Capacidad de escucha. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Guerra, P. (2022). Puesto del Chef. Galápagos Milenium. Galápagos

## **PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA**

**Detalles generales del puesto ayudante de cocina.**



<b>Empresa</b>	Galápagos Milenium Restaurant.
<b>Unidad administrativa</b>	Área de producción y almacenamiento.
<b>Misión del puesto</b>	Limpiar y ordenar los elementos de la cocina. Realizar mise en place. Ayudar al chef en lo que sea necesario.
<b>Denominación del puesto</b>	Ayudante de cocina.
<b>Rol del puesto</b>	Ayudar el gerente chef en procesos de producción y almacenamiento de materia prima y limpieza del área de cocina.
<b>Remuneración</b>	\$ 700

### **PUESTO DE MESERO**

#### **Detalles generales del puesto de mesero.**

<b>Empresa</b>	Galápagos Milenium Restaurant
<b>Unidad administrativa</b>	Área de servicio
<b>Misión del puesto</b>	Servir eficazmente al cliente durante su experiencia en el establecimiento, tomando órdenes o sirviendo platos, y recomendarlos si fuese necesario.
<b>Denominación del puesto</b>	Mesero.
<b>Rol del puesto</b>	Comunicación eficaz con el área de producción. Atención al cliente, toma

de pedidos, servicio a la mesa y guía del cliente durante su experiencia en el restaurante.

**Remuneración**

\$ 400

**Méritos aspectos a considerar**

Imagen 8. Puesto Ayudante de Cocina - Mesero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Mínimo estudiante de gastronomía en curso o carreras afines.	Al menos 6 meses de experiencia.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Toma de comandas. Elaboración de cocteles.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Automotivación. Comunicación. Compromiso. Respeto. Puntualidad. Decisión. Capacidad de escucha. Solidaridad. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

## PUESTO DE CAJERO - RECEPCIONISTA

### Detalles generales del puesto de cajero - recepcionista.

<b>Empresa</b>	Galápagos Milenium Restaurant.
<b>Unidad administrativa</b>	Área de servicio
<b>Misión del puesto</b>	Estará encargado de la cobranza en la caja, de actividades relacionadas a reservas y asignación de mesas, así como también de guiar y delegar utilización de mini juegos.
<b>Denominación del puesto</b>	Cajero – recepcionista.
<b>Rol del puesto</b>	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, realización de reservas, asignación de mesas y mini juegos.
<b>Remuneración</b>	\$ 300

### Méritos aspectos a considerar

Imagen 9. Puesto Cajero - Recepcionista

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto

<p>Tecnólogo superior en administración o contabilidad.</p> <p>Al menos un idioma fluido a parte del idioma nativo, de preferencia inglés</p>	<p>Al menos 1 año de experiencia.</p>	<p>Protocolo de servicio.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación.</p> <p>Cobranza y manejo de dinero.</p>	<p>Adaptabilidad.</p> <p>Análisis de problemas.</p> <p>Análisis numérico.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Respeto</p> <p>Comunicación.</p> <p>Puntualidad</p> <p>Compromiso.</p> <p>Decisión.</p> <p>Tolerancia al estrés.</p> <p>Capacidad de escucha.</p> <p>Integridad.</p> <p>Solidaridad.</p> <p>Planificación y organización.</p> <p>Sociabilidad.</p> <p>Honestidad.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Responsabilidad.</p>
---	---------------------------------------	---	--

Guerra, P. (2022). Puesto del Cajero y Recepcionista. Galápagos Milenium. Galápagos

## CAPITULO III

### 3. Procesos de Investigación de Mercado y Marketing

Es importante mencionar que la investigación de mercado y marketing es; “El proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor y las necesidades que buscan obtener para satisfacerse, es por ello que la investigación de mercado y marketing nos da esa posibilidad de ir más allá de lo que nuestros clientes o consumidores quieren sino ver lo ellos les satisface para así cumplir de manera investigativa los propósitos del negocio o empresa” Peralta, D. (2021). Así pues, ayudará al proyecto en poder adquirir las mejores decisiones para el negocio y sobre todo ver más allá de brindar un servicio al consumidor, sino que la investigación de mercado y marketing nos brindará el estudio para buscar las necesidades y satisfacción de nuestros consumidores.

#### 3.1 Objetivo de Mercadotecnia.

Es importante mencionar que Mercadotecnia es: “Un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes, así la importancia de la mercadotecnia como herramienta que se encarga de diseñar, ayudar a la implementación de objetivos claros que tengan las empresas con el fin de cumplir con los propósitos, es un estudio de esta investigación. La Mercadotecnia se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la

promoción, distribución y venta de bienes y servicios que ofrece y estos sean aceptados por los clientes, con una segmentación de mercado que le permita tener una buena acogida de sus productos, para cumplir con las necesidades y deseos de los clientes y ver el crecimiento de la empresa para que sea muy rentable, con utilidades buenas para que le permita seguir invirtiendo en ella y brinde seguridad a los accionistas, dando como resultado que la mercadotecnia es un elemento imprescindible en la empresa de la actualidad, pues a partir de una serie ordenada de procesos logra identificar las necesidades y los deseos de los consumidores y del mercado en general, así pues solo a través de una correcta interpretación del mercado es posible lograr un producto que sea promocionado de manera efectiva, que satisfaga las necesidades de los clientes a un precio esté al alcance del consumidor en el momento y el lugar adecuado” Galo, S. (2021, p.5).

Por ello, posicionar la marca Galápagos Milenium Restaurant en la mente del consumidor es poniendo énfasis en la relación con la calidad de productos a ofrecer y el servicio que brindamos a nuestros consumidores a través de pequeñas exposiciones, campañas o juegos, a través de la difusión de la imagen, productos y servicios del restaurante mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así clientes potenciales, es decir que debemos identificar las necesidades del consumidor y conceptuarlas, para elaborar un producto y/o servicio que satisfaga las mismas promoviendo el intercambio de los mismos con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio.

### **3.2 Investigación de Mercado.**

Es importante establecer que: “la investigación de mercados es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor y las mejores decisiones para satisfacer sus necesidades y el rendimiento de la empresa o negocio” Gómez, A. (2021, p.5).

Galápagos Milenium Restaurant consideró de cierta manera la investigación aplicada, documental, de campo y de laboratorio en la elaboración de la investigación de mercado. La primera se realizó mediante el estudio de la cocina en comida rápida dentro de los lugares turísticos que nos rodean (playas, muelles bañaderos, etc.) y centros de recreación y como ésta es importante en la satisfacción de los clientes. Para ello se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre recetas de comida rápida y su relación con los centros de recreación y su efecto de satisfacción hacia nuestros consumidores.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa o negocio, aplicando una técnica de obtención de información la cual es una encuesta. Finalmente, se llevó a cabo una investigación de laboratorio en donde se realizaron las recetas propuestas para el trabajo en donde se comprobó sus sabores, texturas, aromas, colores y sabores, así como también la presentación final de cada plato.

### **3.3 Modalidad.**

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma presencial y digital, en donde un fin de semana se encuestó a 100 personas de forma aleatoria en los diferentes lugares turísticos y centros recreativos, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

### **3.4 Plan de Muestreo.**

Es importante mencionar que un plan de muestreo es: “Un plan de muestras que debe incluir un procedimiento de muestreo y un criterio de decisión es decir una muestra es un grupo de unidades que se sustraen para estimar el carácter de una población y la unidad de muestra es cada uno de los elementos que constituyen la muestra, así los planes de muestreo indican el número de unidades del producto que han de inspeccionarse de cada lote, es decir, el tamaño de la muestra, así, como el criterio para determinar la aceptabilidad del lote” Beker, P. (2021, p.2).

Por ello, y dando a conocer que en este trabajo existe un universo definido, ya que se realizó antes de la emergencia sanitaria por el (COVID 19), no obstante, y teniendo en cuenta también se lo realizó durante la emergencia sanitaria por el (COVID 19) por medios digitales, por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, las cuales asisten cada fin de semana a los lugares turísticos, centros recreativos, exposiciones, etc. Se toma en cuenta solo a este target (objetivo) puesto a que este emprendimiento va dirigido a las personas que comparten entre amigos y familia cada fin de semana en diferentes lugares turísticos y recreativos, así como centros sociales.



Así mismo, los planes de muestreo indican el número de unidades del producto que han de inspeccionarse de cada lote, es decir, el tamaño de la muestra, así, como el criterio para determinar la aceptabilidad del lote. Por otro lado, el plan de muestreo debe incluir un procedimiento de muestreo y un criterio de decisión, es decir un grupo de unidades que se sustraen para estimar el carácter de una población. La unidad de muestra es cada uno de los elementos que constituyen la muestra.

Imagen 10. Fórmula de Cálculo para la Muestra

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación : 0.5 % (0.005)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{100 * (1.96)^2 * 0,5 * 0,5}{0.005^2 * (100 - 1) + (1.96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{96.04}{0.96}$$

$$n = 100$$

Guerra, P. (2022). Fórmula de Cálculo para Muestra. Galápagos Milenium. Galápagos

### 3.5 Análisis de la Encuesta

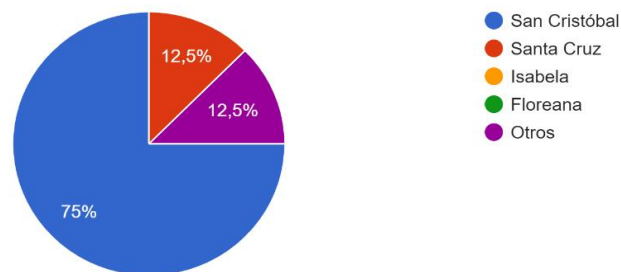
#### Pregunta 1.

Tabla 1. Pregunta 1

SECTOR DE RESIDENCIA		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
San Cristóbal	75	75%
Santa Cruz	12	12%
Isabela	0	0%
Floreana	13	13%
Otros		
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). Sector de Residencia. Galápagos

Imagen 11. Gráfico. Pregunta 1



Guerra, P. (2022). Pregunta 1. Gráfico Circular. Galápagos

**Análisis.** Los encuestados manifestaron que el 75% residen o son ciudadanos residentes de Galápagos, San Cristóbal, por lo cual esto favorece a Galápagos Milenium Restaurant para poder lanzar nuestro negocio o empresa.

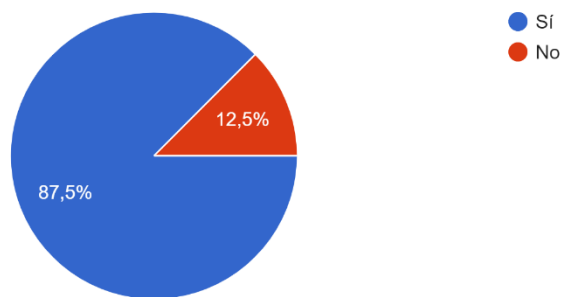
**Pregunta 2.**

Tabla 2. Pregunta 2

<b>¿CONSUME COMIDAS RÁPIDA?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	88	88%
No	12	12%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). ¿Consume Comidas Rápidas? Galápagos

Imagen 12. Gráfico. Pregunta 2



Guerra, P. (2022). Pregunta 2. Gráfico Circular. Galápagos

**Análisis.** De los 100 encuestados el 88% manifestaron que, si consumen comida rápida, esto es de gran aporte para el negocio, ya que siendo un restaurante con prioridad en las comidas rápida quiere decir que en su mayoría consumirían nuestros productos.

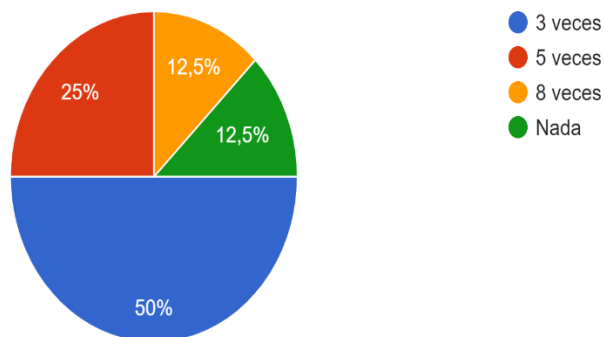
**Pregunta 3.**

Tabla 3. Pregunta 3

<b>¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUME COMIDA RÁPIDA?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
3 veces	50	50%
5 veces	25	25%
8 veces	13	13%
Nada	12	12%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). ¿Con qué Frecuencia Consume Comida Rápida? Galápagos

Imagen 13. Gráfico. Pregunta 3



Guerra, P. (2022). Pregunta 3. Gráfico Circular. Galápagos

**Análisis.** De los 100 encuestados en su gran mayoría respondió que consumen comida rápida 3 o más veces por semana, esto ayuda a Galápagos Milenium Restaurant a atraer clientes potenciales cada semana.

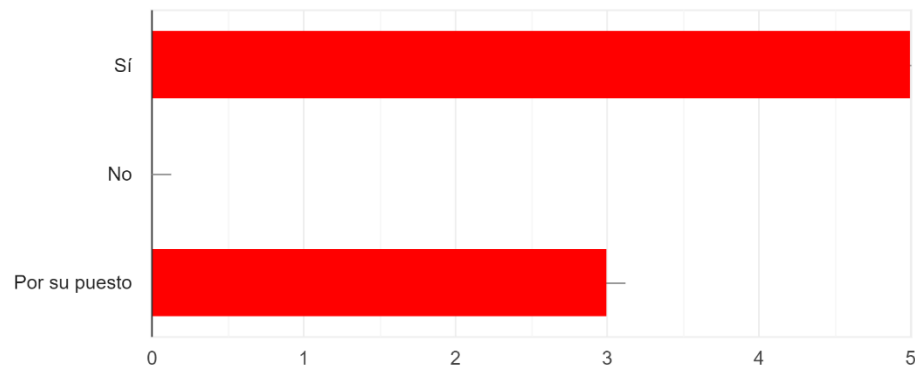
#### Pregunta 4.

Tabla 4. Pregunta 4

<b>¿LOS MIEMBROS DE SU FAMILIA TAMBIÉN CONSUMEN COMIDA RÁPIDA?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	80	80%
No	0	0%
Por su puesto	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). ¿Los miembros de su familia también consumen comida rápida? Galápagos

Imagen 14. Gráfico. Pregunta 4



Guerra, P. (2022). Pregunta 4. Gráfico de Histogramas. Galápagos

**Análisis.** De los 100 encuestados el 80% respondió que sus familias también son consumidores de comida rápida, esto dice que en su gran mayoría pueden ser futuros clientes que también atraigan a más clientes para Galápagos Milenium Restaurant, ya que aparte de que son consumidores de comida rápida, sus familias también lo son, lo que provoca que sus familias también sean parte de la clientela del negocio.

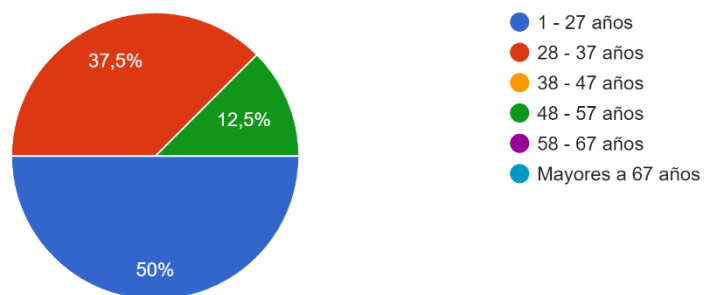
### Pregunta 5.

Tabla 5. Pregunta 5

¿A QUÉ CATEGORÍA DE EDAD PERTENECE?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 – 27 años	50	50%
28 – 37 años	30	30%
38 – 47 años	0	0%
48 – 57 años	20	20%
58 – 67 años	0	0%
Mayores a 67 años	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). ¿A qué categoría de edad pertenece? Galápagos

Imagen 15. Gráfico. Pregunta 5



Guerra, P. (2022). Pregunta 5. Gráfico Circular. Galápagos

**Análisis.** Los encuestados manifestaron en su mitad que son jóvenes de 1 y 27 años, pero un balance general da como resultado de que en su otra mitad son jóvenes de entre 28 a 37 años, así mismo se encuentra un margen pequeño entre las edades de 48 y 57 años que si consumen, esto ayuda a determinar el rango de edades para el cual nuestro target va dirigido, es de conocimiento general que las personas que consumen

comida rápida en su mayoría siempre son jóvenes que les gusta compartir entre amigos, y este resultado ayuda y favorece a Galápagos Milenium Restaurant.

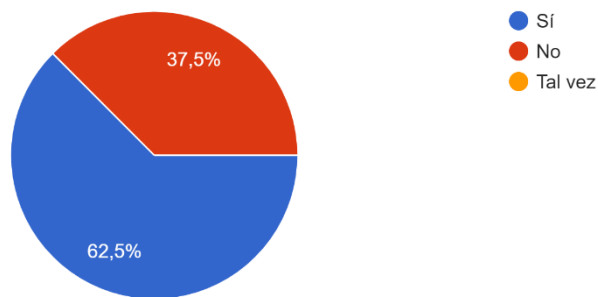
### Pregunta 6.

Tabla 6. Pregunta 6

<b>¿ALGUNA VEZ SU HÁBITO DE COMPRA HA SIDO INFLUENCIADO POR LAS PROMOCIONES DE CADENAS DE COMIDA RÁPIDA EN LAS REDES SOCIALES?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	80	80%
No	20	20%
Tal vez	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). ¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales? Galápagos

Imagen 16. Gráfico. Pregunta 6



Guerra, P. (2022). Pregunta 6. Gráfico Circular. Galápagos

**Análisis.** De los 100 encuestados el 80% respondió positivamente hacia una influencia de las redes sociales en su elección de comida rápida, esto ayuda a concluir que es de suma importancia la publicidad digital para atraer clientes potenciales.

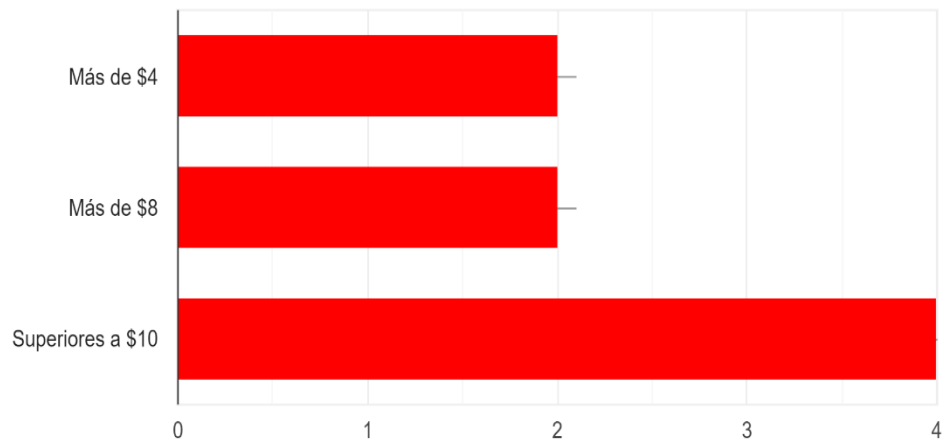
### Pregunta 7.

Tabla 7. Pregunta 7

<b>¿CUÁNTO DINERO GASTARÍA EN COMIDA RÁPIDA POR SEMANA?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
\$2	10	10%
Más de \$8	10	10%
Superiores a \$10	80	80%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). ¿Cuánto dinero gastaría en comida rápida por semana? Galápagos

Imagen 17. Gráfico. Pregunta 7



Guerra, P. (2022). Pregunta 7. Gráfico Circular. Galápagos

**Análisis.** De los 100 encuestados en su gran mayoría son personas que gastan una cantidad considerable de dinero en comida rápida semanalmente, pero cabe recalcar que los precios en los cuales se basó la encuesta no son tan elevados.



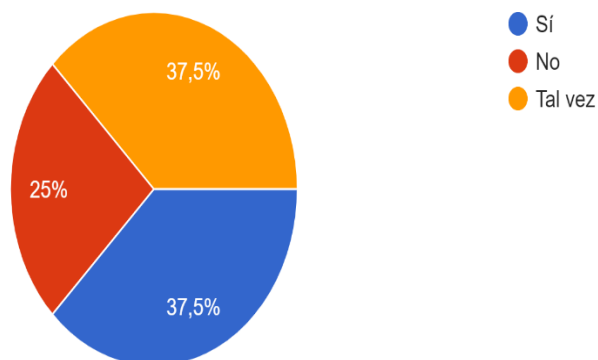
**Pregunta 8.**

Tabla 8. Pregunta 8

<b>¿CAMBIARÍAS TU ESTABLECIMIENTO PREFERIDO POR OTRO QUE BRINDE EXCELENTES PROMOCIONES?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	40	40%
No	20	20%
Tal vez	40	40%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones? Galápagos

Imagen 18. Gráfico. Pregunta 8



Guerra, P. (2022). Pregunta 8. Gráfico Circular. Galápagos

**Análisis.** De los 100 encuestados un 80% estaría dispuesto y tal vez a cambiar su establecimiento de comida rápida favorita por otro que brinde unas mejores promociones, con este porcentaje, está claro que Galápagos Milenium Restaurant debe brindar promociones llamativas y que satisfagan a los clientes.

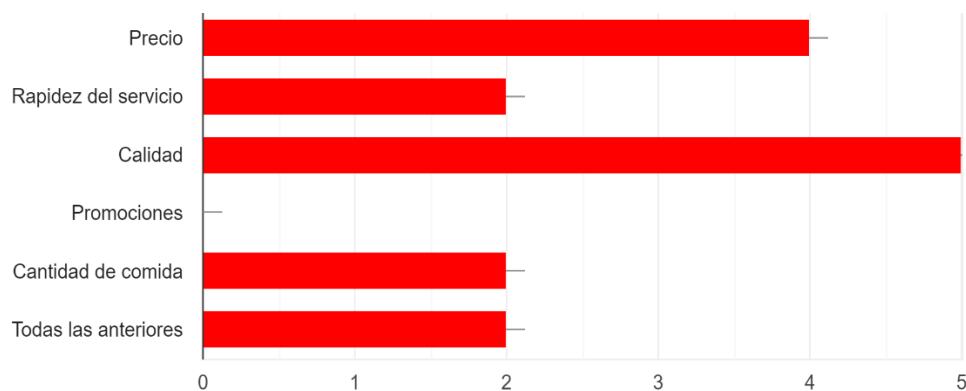
### Pregunta 9.

Tabla 9. Pregunta 9

<b>¿QUÉ ES LO QUE MÁS VALORA AL IR A COMER A UN LUGAR DE COMIDA RÁPIDA?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Precio	20	20%
Rapidez del servicio	10	10%
Calidad	50	50%
Promociones	0	0%
Cantidad de comida	10	10%
Todas las anteriores	10	10%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Guerra, P. (2022). ¿Qué es lo que más valora al ir a comer a un lugar de comida rápida? Galápagos

Imagen 19. Gráfico. Pregunta 9



Guerra, P. (2022). Pregunta 9. Gráfico de Histograma. Galápagos

**Análisis.** De todos los encuestados en su gran mayoría prefieren un establecimiento donde se combine de todo, desde precios accesibles hasta una buena calidad, no obstante, la calidad es lo que más ha sido acogido por la sociedad. Esto

indica que Galápagos Milenium Restaurant debe trabajar en un bienestar general para satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

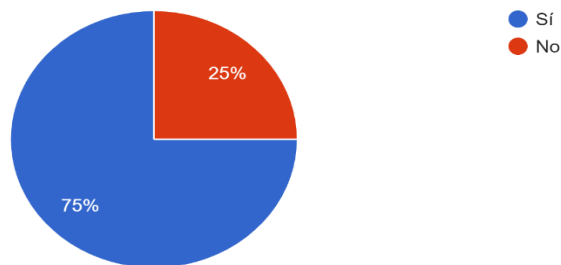
### Pregunta 10.

Tabla 10. Pregunta 10

<b>¿LE GUSTARÍA A USTED QUE EXISTA UN LOCAL DE COMIDA RÁPIDA DENTRO DE LOS LUGARES TURISTICOS COMO PLAYAS Y CENTRO RECREATIVOS?</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Si	80	80%
No	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Guerra, P. (2022). ¿Le gustaría a usted que exista un local de comida rápida dentro de los lugares turísticos como playas y centro recreativos? Galápagos

Imagen 20. Gráfico. Pregunta 10



Guerra, P. (2022). Pregunta 10. Gráfico Circular. Galápagos

**Análisis.** Casi el 80% (Dependiendo de las personas encuestadas) de los encuestados estarían de acuerdo con la existencia de un local de comida rápida dentro del centro de recreación y lugares turísticos como playas, etc. Ya que, esto da luz verde para que Galápagos Milenium Restaurant se establezca como restaurante dentro de estos lugares esenciales y visitados por turistas nacionales, extranjeros y residentes.

### **3.6 Análisis General.**

Bien, se puede concluir que el target al que va dirigido el negocio son jóvenes de entre 1 a 37 años de edad, los cuales visitan regularmente el restaurante Galápagos Milenium Restaurant y los sectores turísticos , este target en su gran mayoría son personas que consumen comida rápida regularmente, para ser exactos la mayoría de los encuestados consumen hasta más de 3 veces por semana lo que es comida rápida, y no obstante, las personas encuestadas supieron manifestar que sus familiares también son consumidores de este tipo de producto, esto es importante porque si llegamos a cumplir las necesidades de nuestros clientes directos, estos atraerán también a clientes indirectos, como son las familias de cada uno de nuestros clientes.

Así mismo, de acuerdo al análisis de la muestra brindada se puede observar que el negocio de Galápagos Milenium Restaurant se destacará más allá de un excelente servicio y atención en una eficacia y eficiencia de la calidad, rapidez y adecuada distribución que garanticen una experiencia agradable a los clientes, y así garanticemos su retorno, por otro lado pese a la pandemia Galápagos Milenium Restaurant se basara en todas las normas y políticas de bioseguridad para así garantizar la salud de los clientes.

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

### **3.7 Entorno Empresarial.**

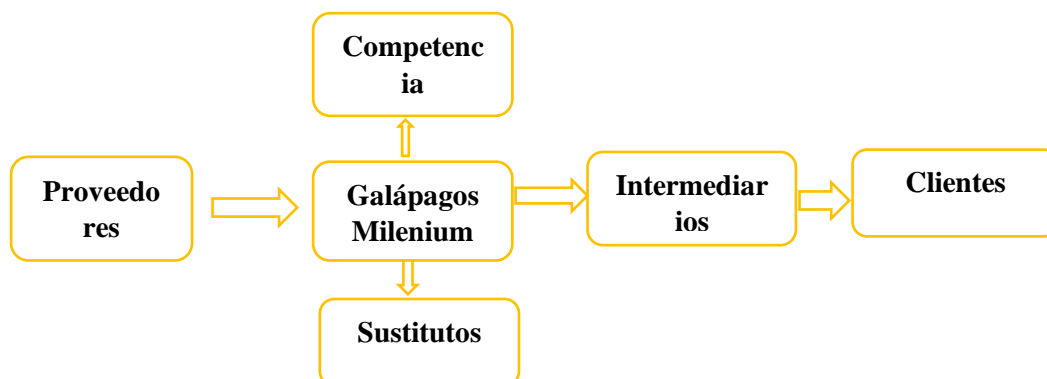
Es importante mencionar que: “El entorno empresarial es el conjunto de factores que influyen en la actividad de una compañía. Pueden tener un origen interno o externo y son de distinta naturaleza. Así mismo el entorno empresarial engloba entonces a todas las variables que pueden afectar directa o indirectamente a la organización y respecto a lo cual debe desenvolverse. Además, se caracteriza por ser cambiante en el tiempo y muchas veces difícil de predecir. Puede ser, por ejemplo, que, ante la entrada en gestión de un nuevo gobierno, el marco legal sobre el cual trabaja la empresa varíe” Westreicher, G. (2021, p.3).

### **3.8 Microentorno.**

Es importante mencionar que: “El microentorno también es conocido como entorno específico, entorno de acción directa o entorno inmediato. Se refiere a todos los aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen tanto en las operaciones diarias como en los resultados.” Alban, P. (2021, párr. 3).

Galápagos Milenium Restaurant considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo, que se pueden manejar internamente y sin afectar a la empresa o negocio.

Imagen 21. Gráfico, Microentorno



Guerra, P. (2022). Esquema Microentorno. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

### 3.9 Competencia Directa.

Es importante establecer que: “La competencia dentro de un mercado es el conjunto de empresas que producen productos que pueden resultar productos similares o iguales.” Smith, V. (2021, párr. 2).

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a encontrarse Galápagos Milenium Restaurant, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

Al otro lado de la calle justo donde nos encontramos existe un local de comida rápida llamado “Bambú” en el cual se pudo observar que venden limitados platos de comida rápida, ya que su especialidad son platos a la carta sobre todo cocteles.

### **3.10 Competencia Indirecta.**

En este punto es importante establecer que: “La competencia indirecta ejerce una empresa o cadena comercial que ofrece un producto o servicio diferente pero sustitutivo del que comercializa otra empresa.” Vélez, P. (2021, párr.3).

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar Galápagos Milenium Restaurant. A la vuelta de la calle se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

- Pizzería Miconia en donde venden solamente lo que es pizza y postres.

A una cuadra se encuentran dos establecimientos que son considerados como competencia indirecta.

- El salón Rosita, local que vende menestras y almuerzos.
- El Chef, local donde se venden pollos brosters.

### **3.11 Sustitutos.**

Es importante establecer que: “El bien sustitutivo (o sustituto) es aquel que puede satisfacer la misma necesidad que otro. De esta forma, a ojos del consumidor, el bien sustituto puede reemplazar la función de otro, sean o no similares en cuanto a sus características o precio.” Roldós, E. (2021, pág. 4).

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es el micro mercado municipal Descentralizado, ubicado en la Avenida Juan José Flores y calle Isabela. Este micro mercado hace las veces de sustituto al vender alimentos y bebidas preparados,

sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento de alimentos y bebidas.

### 3.12 Proveedores.

Es importante establecer que: “Un proveedor es una empresa o persona física que proporciona bienes o servicios a otras personas o empresas.” Plata, V. (2021, párr.5).

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Galápagos Milenium Restaurant, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 11. Proveedores

<b>Tabla de Proveedores</b>		
<b>Materia Prima</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Fiabilidad y Beneficios</b>	<b>Producto</b>
<b>Supermercado Romero</b>	<b>Productos de calidad</b> <b>Varios años de experiencia en el mercado</b> <b>Entrega al establecimiento</b>	<b>Tarrinas, Vasos, Fundas, etc.</b>
<b>Tienda Dos Hermanos</b>	<b>Variedad de productos</b> <b>Productos de calidad</b> <b>Establecimiento extenso</b>	<b>Pollos, lomos, legumbres.</b>
<b>Tienda Moya</b>	<b>Facilidad de pago</b> <b>Entrega a domicilio</b> <b>Productos de calidad</b>	<b>Papas, Arroz, huevos, etc.</b>
<b>Supermercado Esperanza</b>	<b>Variedad de productos</b> <b>Productos de calidad</b> <b>Entrega a domicilio</b>	<b>Alitas, Embutidos.</b>



	<b>Descuentos</b>	
--	-------------------	--

Guerra, P. (2022). Proveedores. Galápagos

### **3.13 Intermediarios.**

En este punto es importante establecer que: “Los intermediarios son agentes ubicados entre el fabricante o productor y el consumidor final. Su función es precisamente hacer posible que el producto o servicio llegue al punto de venta de forma eficaz, fácil y rápida. En otras palabras, los intermediarios son agentes encargados de hacer llegar el producto al consumidor final.” Palacios, R. (2020, párr. 7).

Galápagos Milenium Restaurant comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

### **3.14 Clientes.**

Es importante establecer que: “Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor.” Díaz, R. (2021, pág.3).

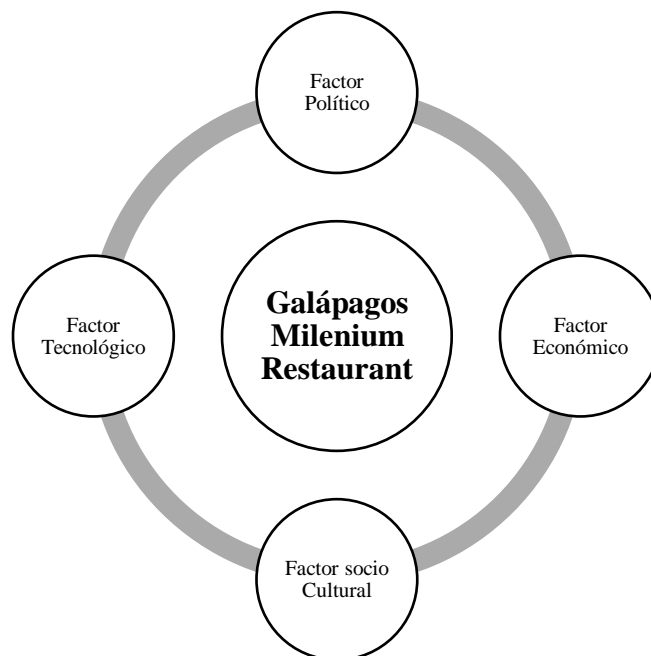
Galápagos Milenium Restaurant es una empresa dirigida a familias y grupos de amigos que visitan el centro o partes del centro en general para el público y del sector, con el fin de deleitarse con una variedad de platos de comida rápida mientras disfrutan de los paisajes cercanos.

### **3.15 Macroentorno.**

En este punto es importante establecer que: “El macroentorno de una empresa es el término que se utiliza para englobar a todas aquellas variables externas que afectan a la actividad empresarial.” Rodríguez, H. (2021, párr.6).

Son aquellos factores sobre los que Galápagos Milenium Restaurant no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Imagen 22. Gráfico. Macroentorno



Guerra, P. (2022). Ilustración. Esquema Macroentorno. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

### **Factor Político.**

Es importante establecer que: “Los factores políticos determinan la medida en que un gobierno puede influir en la economía o en un determinado sector empresarial, por ejemplo, podrá imponer un nuevo arancel o impuesto que afecte a las empresas, así como promover productos o servicios, como son servicios de salud, educación o infraestructura.” Sánchez, H. (2021, pág. 8).

Sabemos que en el Ecuador los establecimientos de alimentos y bebidas están regulados por el Ministerio de Turismo y supeditados al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento.

### **Factor Económico.**

Es importante establecer que: “Los factores económicos de una empresa incluyen todas las tendencias importantes en la economía que pueden ayudar u obstaculizar a la compañía en el logro de sus objetivos de negocio.” Vaca, L. (2021, párr. 4).

En la actualidad el Ecuador está viviendo un declive económico debido a la reciente pandemia que azotó el mundo, pandemia que tuvo al país en cuarentena por aproximadamente 3 meses, en los cuales el sector turístico fue el más afectado, ya que debido a la emergencia sanitaria varias empresas de A&B tuvieron que cerrar definitivamente, esto causo el despido masivo de un centenar de personas, por otro lado, existen empresas que ahora funcionan al mínimo de su capacidad con una baja considerable de ingresos.

Es por eso que Galápagos Milenium Restaurant está y estará sujeto al desarrollo económico que presente el país por lo que la fijación de precios en sus productos y servicios dependerá de la tasa inflacionaria anual que presente el Ecuador, así como de la variación en los precios de la materia prima.

### **Factor Socio Cultural.**

Es importante establecer que: “Se entiende por perspectiva sociocultural al conjunto de factores internos, como las creencias y habilidades personales y factores externos, como el efecto que ejercen las instituciones o la educación y que se configuran dentro de una cultura y de una sociedad.” Valdés, H. (2020, pág. 2).

En cuanto a este factor Galápagos Milenium Restaurant ofrece platos de comida rápida con materia prima propia del Ecuador e ingredientes autóctonos, también da un toque tradicional en la presentación de los productos de KFC servidos en el restaurante, para con esto resaltar la cultura ecuatoriana.

### **Factor Tecnológico.**

Es importante establecer que: “Los factores tecnológicos dentro de una empresa son todos aquellos que se consideran para el crecimiento de la misma, así como el no contar con estos medios puede afectar muchos puntos de comercialización o expansión.” Valencia, F. (2021, párr. 6).

Si bien es cierto, en los últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera sorprendente, no solo en los países primermundistas, sino que en todos los países del mundo, muchos de estos han sabido utilizar de una manera positiva a estos avances, y este es el caso de Ecuador, ya que este aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, hablando del área de restaurantes, la tecnología ha evolucionado en cuanto a la maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de cierto restaurante. La tecnología ha avanzado de manera radical, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar reservas, ver el menú de un establecimiento y hasta para la toma de pedidos. Galápagos Milenium Restaurant trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes.

### 3.16 Financiamiento.

Em este punto es importante establecer que: “La financiación, o financiamiento, es el acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, es la contribución de dinero que se requiere para comenzar o concretar un proyecto, negocio o actividad.” Barros, G. (2020, párr. 3).

El financiamiento de Galápagos Milenium Restaurant es el cual estaremos dispuestos a invertir para nuestras mejoras estructurales o de publicidad. En el caso de Galápagos Milenium Restaurant no se necesitará Estructuración sino estrategias de publicidad, gastos como:

Tabla 12. Financiamiento

<b>Tarjetas de presentación</b>	<b>100 unidades</b>	<b>\$ 6.00</b>
<b>Publicidad</b>	<b>2 veces por mes</b>	<b>\$ 5.00</b>
<b>Total</b>		<b>\$ 11.00</b>
<b>Total Anual</b>		<b>\$ 132.00</b>

Guerra, P. (2022). Financiamiento. Galápagos

### 3.17 Especificaciones del producto.

Son todos los materiales o recursos de materia prima que se convertirán o elaborarán para la producción de los productos a nuestros consumidores.

### 3.18 Producto y Servicio.

Es importante establecer que: “Un producto es algo que puedes percibir con tus sentidos: lo ves, lo tocas, lo hueles y, en algunos casos, hasta lo oyes o lo degustas. En

cambio, un servicio no lo puedes percibir. Hasta el ambiente del salón y la presentación del personal dan una idea de la calidad del servicio.” Orellano, S. (2021, párr. 2).

Galápagos Milenium Restaurant es un restaurante dedicado a la elaboración de comida rápida tradicional y platos a la carta únicos con elaboración de mariscos, se enfoca básicamente en la producción de alimentos y bebidas llamativas, agregando innovación y con estrictos controles en los procesos de producción que hacen énfasis en el uso óptimo de técnicas y métodos de cocción, seguridad alimentaria y bioseguridad. Con respecto a sus servicios, el establecimiento realiza actividades inherentes a la actividad de restauración que incluyen: servicio a la mesa y reservas, Galápagos Milenium Restaurant también ofrece servicio de delivery (entrega a domicilio) y takeaway (servicio para llevar).

### **3.19 Producto Esencial.**

Hoy en día los clientes de restaurantes no buscan solamente satisfacer la necesidad fisiológica de alimentarse, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, sentirse relajados y disfrutando de algo gustoso, buscan un ambiente divertido con una temática llamativa. En Galápagos Milenium Restaurant, el producto esencial que se vende es la experiencia de poder degustar comida rápida innovadora preparada con profesionalismo y un buen manejo de (BPM) en un ambiente seguro, acogedor, agradable y llamativo en donde pueden no solo degustar un plato de comida, sino también disfrutar de un momento de recreación entre familia y amigos, así mismo desde la pandemia del COVID-19 nos hemos desarrollado y previsto todas las normas de

bioseguridad para que nuestro servicio de seguro para nosotros y para nuestros consumidores.

### **3.20 Producto Real.**

Galápagos Milenium Restaurant maneja una gran variedad de productos de bebidas y comida rápida tradicional e innovadora entre los que se pueden encontrar:

- Alitas BBQ
- Alitas en BBQ diferentes salsas
- Arroz marinero
- Papi pollo + extras
- Hamburguesas clásicas
- Camarones al ajillo
- Pulpo al ajillo
- Moros de arroz y mariscos

### **3.21 Características.**

Para la elaboración de cada uno de los platos de Galápagos Milenium Restaurant hay una ardua labor de innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados del restaurante. En la cocina, los alimentos son preparados bajo específicos manuales de BPM, bioseguridad e inocuidad con el fin de brindar a los clientes un producto final de primera, mientras que en el área de servicio los empleados están

siempre a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y dudas durante su visita al establecimiento o ventas de campo.

### **3.22 Calidad.**

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro del negocio, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos.
- Sistema de almacenamiento (FIFO).
- Tiempos de cocción por producto.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.
- Análisis de puntos críticos de control.
- Puntos críticos de las ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos).
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

### **3.23 Estilo.**

Es importante establecer que: “Es la manera de expresar el mensaje. Se refiere tanto a las características del mensaje modos de abordar el problema de comunicación y exponer la información esencial) como al tono o forma de apelar al destinatario (lógica, apasionada).” Carrón, P. (2021, párr. 4).



Galápagos Milenium Restaurant maneja un estilo de campo, tratando de fusionar a la comida rápida con los lugares turísticos y centros recreativos, el local tendrá una temática turística, así como los nombres de los platos, en cuanto al producto en sí, la presentación será llamativa en base a los lugares turísticos, mostrando con esto una manera diferente de ver y disfrutar la comida. El tipo de servicio que se ofrecerá es “Comida rápida” o “Platos a la carta”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa o salida de campo.

### **3.24 Marca.**

Es importante establecer que: “Una marca es una identificación comercial primordial o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.” Gonzales, F. (2021, párr. 4).

Galápagos Milenium Restaurant es un nombre llamativo formado por tres términos o palabras, en este caso Galápagos viene a hacer referencia a el lugar insular donde residimos y reside el negocio, lugar principal de acogida de turistas y residentes, Milenium hace referencia a la era del siglo XXI a los jóvenes y el futuro de Galápagos, y tercera Restaurant que hace referencia al lugar de acogimiento para nuestros consumidores, es decir la marca nos da el conocimiento futuristas y juvenil de la sociedad Galapagueña, como se había mencionado anteriormente, Galápagos Milenium Restaurant es un negocio que busca dar un ambiente diferente, un ambiente de distracción y gustos, Galápagos Milenium Restaurant hace énfasis en la relación de la comida rápida con los diferentes lugares turísticos de Galápagos. Con este nombre Galápagos Milenium Restaurant da la bienvenida a todas esas personas amantes de los

viajes y de las islas Galápagos que estén dispuestos a experimentar una nueva y novedosa aventura al probar los productos elaborados en el establecimiento.

### **3.25 Producto Aumentado.**

Es importante establecer que: “El producto aumentado es aquel que supera las expectativas que los consumidores habían depositado en él. El producto va adquiriendo valor para convertirse en el objeto favorito de los consumidores. Conocer el resultado que el cliente espera obtener a la hora de comprar un producto.” Arroyo, P. (2021, párr. 8).

Lo que diferencia a Galápagos Milenium Restaurant de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan deleitarse de un plato de comida (Producto Aumentado) que puedan observar la manera innovadora de nuestros platos y servicio, además de nuestras músicas relajantes, Galápagos Milenium Restaurant también brinda precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para visitar este lugar.

### **3.26 Promoción del producto o servicio.**

Galápagos Milenium Restaurant es lugar adecuado e innovador para nuestros consumidores y potenciales clientes, es el lugar perfecto para poder disfrutar y degustar de las delicias únicas de Galápagos no solo en comidas rápidas sino en platos a la carta y a precios accesibles, por tal razón brindamos promociones únicas en nuestro mercado y que nos han brindado la ventaja competitiva ante nuestras competencias, ya que ofrecemos promociones cada semana con la finalidad de que nuestros clientes vengan

y disfruten en familia, amigos o parejas. Entre los cuales promocionamos productos variados y conjuntos, como:

- Comidas rápidas de 3 por un solo gasto
- Alitas 2 por el precio de 1
- Bebidas extras y gratis
- Descuentos por cantidad de consumidores
- Descuentos por cantidad de pedidos

### **3.27 Distribución y puntos de venta.**

Es importante establecer que: “La distribución relaciona mercado y personas a través del consumo, y la venta es el último paso en este proceso de marketing, por lo que resulta fundamental concretar dónde y cómo pueden mis clientes comprar mi producto.” Parrales, A. (2021, pág. 2).

El canal de distribución y punto de venta físico de Galápagos Milenium Restaurant es su establecimiento ubicado en la región insular en la, Provincia de Galápagos, Cantón San Cristóbal, Ciudad de Puerto Baquerizo Moreno, en frente del Municipio Descentralizado de San Cristóbal, así mismo contamos con una página digital por la cual brindamos y ofrecemos pedidos.

**Promoción.**

- El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.
- Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

**Contacto.**

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

**Correspondencia.**

- A través de mail corporativo.

**Negociación.**

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

### 3.28 Plan de introducción al mercado

#### Distintivos y Uniformes

Es importante establecer que: “Un uniforme (del latín «uniformes») es un conjunto estandarizado de ropa usado por miembros de una organización mientras participan en la actividad de esta.” Panchana, A. (2021, párr. 6).

#### Área de Cocina.

El chef administrador y el ayudante de cocina usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

##### **Chef administrador.**

- Chaqueta negra de mangas cortas con detalles en rojo y los sellos distintivos de la empresa.
- Faldón negro con líneas blancas verticales.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes)
- Toca de chef.
- Pico de loro (opcional)
- Medias negras largas

Imagen 23. Uniforme del Chef



Guerra, P. (2022). Uniforme del chef. Galápagos

### **Ayudante de cocina.**

- Chaqueta blanca de mangas cortas con detalles en rojo y los sellos distintivos de la empresa bordados.
- Faldón blanco llano.
- Pantalón negro de cocina.
- Zapatos negros de cocina (antideslizantes).
- Champiñón con los sellos distintivos de la empresa.
- Pico de loro (opcional)
- Medias negras largas.

Imagen 24. Uniforme del Ayudante de Cocina



Guerra, P. (2022). Uniforme Ayudante de Cocina. Galápagos

### **Personal del área de servicio.**

Tanto el mesero como el cajero - recepcionista usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

#### **Mesero y cajero – recepcionista.**

- Camiseta blanca con detalles en rojo.
- Delantal de servicio color negro con detalles en rojo y los sellos distintivos de la empresa.
- Pantalón negro.

- Zapatos negros limpios.
- Medias negras largas.

Imagen 25. Uniforme del Personal



Guerra, P. (2022). Gráfico. Personal de Servicio. Galápagos.

### 3.29 Materiales de identificación.

### 3.30 Logotipo.

Imagen 26. Materiales de identificación. Logotipo



Guerra, P. (2022). Ilustración. Imagotipo. Galápagos

### Elementos a destacar:

- La tortuga representa el símbolo de los Galapagueños.
- Los tenedores representan el símbolo a degustar la comida rápida.
- El logotipo del establecimiento “Galápagos Milenium”
- El eslogan del restaurante “Cuidamos de tu comida, cuidamos de ti”

### Los colores usados:

- Color blanco representa el fondo.
- Color negro, este color aumenta el deseo de comer y las palabras.
- Amarillo, este color induce a comer rápido.
- Naranja oscuro para resaltar los bordes.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre la comida rápida y los lugares turísticos de Galápagos.

### 3.31 Tarjetas de presentación.

Imagen 27. Gráfico. Tarjeta de Presentación



Guerra, P. (2022). Tarjeta de Presentación. Galápagos



La tarjeta de presentación de Galápagos Milenium se basará en un modelo simple representando la gastronomía y el símbolo Galapagueño, así como datos de contacto para que nuestros consumidores puedan ubicarnos, llamarnos o solicitar a domicilio, es decir es nuestra tarjeta de mercado para expandir nuestro negocio a los consumidores.

### 3.32 Hoja membretada y presentación.

Otro elemento de la identidad del negocio será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada de presentación a continuación:

Imagen 28. Hoja Membretada y Presentación



Guerra, P. (2022). Hoja Membretada y de presentación. Galápagos

### **3.33 Riesgo y oportunidades de negocio.**

Es importante establecer que: “La definición de un proceso de gestión de riesgos y oportunidades permite a las empresas gestionar la incertidumbre, en todas sus actividades y proyectos, de modo que se prevengan o reduzcan efectos no deseados (riesgos) y se potencien o aumenten los efectos deseables (oportunidades), contribuyendo de esta manera a que puedan tener mayores probabilidades de no correr con riesgos y si con las oportunidades.” Zambrano, H. (2021, párr. 5).

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo Galápagos Milenium Restaurant, sino también todo establecimiento turístico y de restauración, es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobre todo en el proceso de producción, en donde se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del plato final al cliente. Ya que, en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

La oportunidad más grande que tiene Galápagos Milenium Restaurant es la de posicionarse en un mercado que debido a la emergencia por el COVID 19 ha ido en caída, si bien es cierto que a raíz de la emergencia sanitaria los establecimientos de restauración se han visto perjudicados, a tal manera de que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, el día de hoy es todo lo contrario, el país de a poco está tratando de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos establecimientos de comida están surgiendo y creciendo debido a los nuevos sistemas de servicios que se vieron obligados a implementar.

Uno de estos es la tecnología, que ayuda a: tomar ordenes, realizar reservaciones, elegir platos en menús digitales, así como también para el pago realizados mediante banca móvil o transferencias bancarias, sin dejar de resaltar la gran ayuda que brindan las redes sociales para una publicidad digital que puede llegar a centenares de personas, es por eso también que una de las grandes oportunidades que tiene Galápagos Milenium Restaurant es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

#### **4. Fijación y políticas de precios.**

Es importante establecer que: “Lo que es la fijación de precios consiste en acordar precios, es decir, es el proceso mediante el cual las organizaciones evalúan la retribución económica a recibir, al producirse la transacción de un determinado producto o servicio ofertado.” Devís, S. (2020, pág. 3).

Los precios en las recetas presentadas a continuación han sido calculados para un solo PAX (comensal). Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar el plato, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos
- Mano de obra
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA (Dependiendo del cliente)
- Costo de servicio

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


A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:


- Alitas en BBQ

- Menestras Completas
- Batidos

### ALITAS EN BBQ

Tabla 13. Fijación de Precios. Alitas BBQ

		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN</b>		
		<b>RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS</b>		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Alitas BBQ (2*1)		Código: 001	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	15/01/2022		Chef: Patricio Guerra	
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Alas de pollo	g	\$6.00	200	\$6.77
Papa Única Pera	g	\$0.90	100	\$0.09
Sal	g	\$0.60	8	\$0.005
Comino	g	\$4.10	5	\$0.205
Pimienta	g	\$3.65	5	\$0.018
Paprika	g	\$5.60	5	\$0.028
Azúcar morena	g	\$2.40	50	\$0.12
Coca Cola	ml	\$1.30	75	\$0.098
Aceite	ml	\$1.30	500	\$0.65
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$7.984</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$0.719</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$7.917</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$1.188</b>


	<b>Factor costo</b> 33,33%	\$2.638
	<b>M.O. 45%</b>	\$3.562
	<b>G. Admin 12%</b>	\$0.950
	<b>45% utilidad</b>	\$3.562
	<b>Subtotal</b>	\$19.88
	<b>12% IVA</b>	\$2.38
	<b>10% servicio</b>	\$1.98
	<b>Total</b>	\$24.24

Guerra, P. (2022). Precios fijos del Plato de Alitas en BBQ. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

## MENESTRAS COMPLETAS.

Tabla 14. Fijación de Precios. Menestras Completas

		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN</b>		
		<b>RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS</b>		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Menestras Completas		Código: 002	
<b>FECHA ACTUALIZACIÓN:</b>	<b>DE</b>	15/01/2022	Chef: Patricio Guerra	
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Arroz	libra	\$1.82 (8unid)	1	\$0.2275
Carne	g	\$4.35	100	\$0.435
ajo	g	\$3.00 (25unid)	1	\$0.12
mostaza	g	\$4.00	8	\$0.032
Papas	libras	\$0.90	100	\$0.0075
Sal	g	\$0.60	5	\$0.033


Aceite	mlg	\$1.30	550	\$0.751
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$1.606</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$0.1606</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$1.7666</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$0.2649</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0.5888</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>\$0.7949</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$0.2119</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>\$0.7949</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$4.422</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0.5306</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0.4422</b>
			<b>Total</b>	<b>\$5.40</b>

Guerra, P. (2022). Precios fijos del Plato de Menestras Completas. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

## BATIDOS.

Tabla 15. Fijación de Precios. Batidos

 <b>Tecnológico Internacional</b>		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN</b>		
		<b>RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS</b>		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Menestras Completas		<b>Código: 002</b>	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	15/01/2022		<b>Chef: Patricio Guerra</b>	
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Leche	unidad	\$1.82 (8unid)	1	\$0.2275

<b>Pulpa</b>	<b>g</b>	<b>\$4.35</b>	<b>100</b>	<b>\$0.435</b>
<b>Guineo</b>	<b>unidad</b>	<b>\$3.00 (25unid)</b>	<b>1</b>	<b>\$0.12</b>
<b>Azúcar</b>	<b>g</b>	<b>\$4.00</b>	<b>8</b>	<b>\$0.232</b>
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$1.0145</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$0.1014</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$1.1159</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$0.1673</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0.3719</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>\$0.5021</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$0.1339</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>\$0.5021</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$2.7932</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0.3351</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0.2793</b>
			<b>Total</b>	<b>\$3.4076</b>

Guerra, P. (2022). Precios fijos de Batidos Individual. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos



#### 4.1 Implementación del negocio.

##### Arriendo del local.

Tabla 16. Arriendo del Local

<b>ARRIENDO DEL LOCAL</b>		
<b>Pago Mensual</b>	<b>Pago Semestral</b>	<b>Pago Anual</b>
<b>\$ 200</b>	<b>\$ 1.200</b>	<b>\$ 2.400</b>

Guerra, P. (2022). Arriendo del Local. Galápagos

##### Equipos Industriales.

Tabla 17. Equipos Industriales

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Freidora con plancha para hamburguesa</b>	<b>1</b>	<b>\$350</b>	<b>\$350</b>
<b>Tostadora</b>	<b>1</b>	<b>\$80</b>	<b>\$80</b>
<b>Horno para pan de yuca</b>	<b>1</b>	<b>\$260</b>	<b>\$260</b>
<b>Microondas</b>	<b>1</b>	<b>\$160</b>	<b>\$160</b>
<b>Licuadaora</b>	<b>2</b>	<b>\$60</b>	<b>\$120</b>
<b>Horno para asados</b>	<b>1</b>	<b>\$250</b>	<b>\$250</b>
<b>Tanque de gas</b>	<b>3</b>	<b>\$120</b>	<b>\$360</b>
<b>Refrigeradora</b>	<b>1</b>	<b>\$760</b>	<b>\$760</b>
<b>Frigorífico</b>	<b>1</b>	<b>\$950</b>	<b>\$950</b>
<b>Congelador</b>	<b>1</b>	<b>\$1150</b>	<b>\$1.150</b>
<b>Picadora de papas</b>	<b>1</b>	<b>\$70</b>	<b>\$70</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3.011</b>

Guerra, P. (2022). Equipos Industriales. Galápagos

## Equipos de Computación.

Tabla 18. Equipos de Computación

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Laptop HP</b>	<b>2</b>	<b>\$650</b>	<b>\$1.300</b>
<b>Computador de escritorio</b>	<b>1</b>	<b>\$780</b>	<b>\$780</b>
<b>Impresora</b>	<b>1</b>	<b>\$460</b>	<b>\$460</b>
<b>Equipo de música</b>	<b>1</b>	<b>\$230</b>	<b>\$230</b>
<b>Televisor Plasma</b>	<b>2</b>	<b>\$680</b>	<b>\$1.360</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$4.130</b>

Guerra, P. (2022). Equipos de Computación. Galápagos

## Muebles y Enseres.

Tabla 19. Muebles y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Platos (Docenas)</b>	<b>5</b>	<b>\$15</b>	<b>\$75</b>
<b>Vasos (Docenas)</b>	<b>5</b>	<b>\$12</b>	<b>\$60</b>
<b>Cucharas (Docenas)</b>	<b>5</b>	<b>\$10</b>	<b>\$50</b>
<b>Tenedores (Docenas)</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>\$50</b>
<b>Cuchillos</b>	<b>5</b>	<b>\$7</b>	<b>\$35</b>
<b>Mesas</b>	<b>12</b>	<b>\$45</b>	<b>\$540</b>
<b>Sillas</b>	<b>48</b>	<b>\$6</b>	<b>\$288</b>
<b>Copas (Docenas)</b>	<b>3</b>	<b>\$14</b>	<b>\$42</b>
<b>Ollas (Juegos)</b>	<b>5</b>	<b>\$21</b>	<b>\$105</b>
<b>Sartenes (Juegos)</b>	<b>5</b>	<b>\$27</b>	<b>\$135</b>
<b>Cubiertos (Docenas)</b>	<b>5</b>	<b>\$13</b>	<b>\$65</b>

<b>Reposteros</b>	<b>5</b>	<b>\$8</b>	<b>\$40</b>
<b>Saleros</b>	<b>5</b>	<b>\$4</b>	<b>\$20</b>
<b>Tabla de picar</b>	<b>3</b>	<b>\$7</b>	<b>\$21</b>
<b>TOTAL</b>			<b>1.526</b>

Guerra, P. (2022). Muebles y Enseres. Galápagos

### **Equipos Industriales de Seguridad.**

Tabla 20. Equipos Industriales de Seguridad

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Extintor (Polvo seco)</b>	<b>1</b>	<b>\$48</b>	<b>\$48</b>
<b>Rótulos de señaléticas (Salida, baños, Normas de bioseguridad, etc.)</b>	<b>5</b>	<b>\$7</b>	<b>\$35</b>
<b>Desinfectantes (Pegados en la pared)</b>	<b>4</b>	<b>\$5</b>	<b>\$20</b>
<b>Botiquín de primeros auxilios</b>	<b>1</b>	<b>\$60</b>	<b>\$60</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$163</b>

Guerra, P. (2022). Equipos Industriales de Seguridad. Galápagos

### **Suministros de oficina.**

Tabla 21. Sumistros de Oficina

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Papel Bond</b>	<b>2</b>	<b>\$6</b>	<b>\$12</b>
<b>Grapadora</b>	<b>1</b>	<b>\$13</b>	<b>\$13</b>
<b>Grapas</b>	<b>1</b>	<b>\$8</b>	<b>\$8</b>

<b>Caja 3 resaltadores</b>	<b>1</b>	<b>\$3</b>	<b>\$3</b>
<b>Esferos (Azul, Rojo, Negro)</b>	<b>3</b>	<b>\$3.80</b>	<b>\$11.40</b>
<b>Perforadora</b>	<b>1</b>	<b>\$7</b>	<b>\$7</b>
<b>Libreta</b>	<b>1</b>	<b>\$2</b>	<b>\$2</b>
<b>Carpetas</b>	<b>5</b>	<b>\$1.50</b>	<b>\$7.50</b>
<b>Tijera</b>	<b>1</b>	<b>\$1</b>	<b>\$1</b>
<b>Cuaderno</b>	<b>1</b>	<b>\$1.50</b>	<b>\$1.50</b>
<b>Pinturas</b>	<b>1</b>	<b>\$8</b>	<b>\$8</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$74.40</b>

Guerra, P. (2022). Suministros de Oficina. Galápagos

### Servicios Básicos.

Tabla 22. Servicios Básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PAGO MENSUAL</b>
<b>Agua</b>	<b>\$20</b>
<b>Luz</b>	<b>\$65</b>
<b>Teléfono</b>	<b>\$15</b>
<b>Internet</b>	<b>\$27</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$127</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$1.524</b>

Guerra, P. (2022). Servicios Básicos. Galápagos

### Materiales de Limpieza.

Tabla 23. Materiales de Limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Escoba</b>	<b>3</b>	<b>\$2</b>	<b>\$6</b>

<b>Trapeador</b>	<b>3</b>	<b>\$2</b>	<b>\$6</b>
<b>Cloro (Galón)</b>	<b>1</b>	<b>\$5.50</b>	<b>\$5.50</b>
<b>Desinfectante (Galón)</b>	<b>1</b>	<b>\$6.60</b>	<b>\$6.60</b>
<b>Fibra/Lustre</b>	<b>3</b>	<b>\$1.60</b>	<b>\$4.80</b>
<b>Esponja Lavaplatos</b>	<b>3</b>	<b>\$1.40</b>	<b>\$4.20</b>
<b>Fundas de Basura (Docenas)</b>	<b>2</b>	<b>\$12</b>	<b>\$24</b>
<b>Lavavajillas</b>	<b>2</b>	<b>\$3</b>	<b>\$6</b>
<b>Barra de jabón (Juego de 12)</b>	<b>2</b>	<b>\$11.50</b>	<b>\$23</b>
<b>Jabón líquido (Galón)</b>	<b>1</b>	<b>\$15</b>	<b>\$15</b>
<b>Papel Higiénico (Docena)</b>	<b>2</b>	<b>\$13</b>	<b>\$26</b>
<b>Toallas de papel</b>	<b>4</b>	<b>\$3</b>	<b>\$12</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$139.10</b>

Guerra, P. (2022). Materiales de Limpieza. Galápagos

#### **4.2 Objetivos del área de producción.**

En este punto es importante establecer que: “El área de producción tiene un objeto claro: atender las necesidades de los clientes de la forma más eficiente y menos costosa, dentro de unos estándares de calidad. Para ello se deberá decidir el plan de producción en función de las previsiones de ventas.” Manzo, P. (2021, párr. 6).

El área de producción de Galápagos Milenium Restaurant tiene un objeto claro, y de acuerdo ello se brindará productos que pueden cubrir las necesidades de los

consumidores, no obstante, se buscarán varias estrategias para fomentar la calidad y los estándares de venta. Objetivos, como:

- Coordinar e implementar todos los procesos necesarios del servicio y la calidad.
- Aprovechar al máximo los recursos con los que se cuenta dentro del área de producción.
- Control y reducción de los costos.
- Elaborar productos de calidad.
- Innovar los productos a servir a nuestros consumidores.
- Coordinar y planificar estrategias para atraer a los clientes potenciales y consecuentes.
- Apoyar el aseo del área de producción.
- Invertir en recursos necesarios para el área de producción y demás.
- Ampliar la producción

#### **4.2.1 Capacidad Instalada.**

Es importante establecer que: “La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos, etc.” Méndez, M. (2021, pág. 7).

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (13 personas), ya que somos un pequeño negocio. En la cocina, se ha considerado el espacio que necesitarán los cocineros para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. No se han agregado espacios específicos para bodegas, ya que el almacenamiento se hará en el área de cocina. Así mismo, para que nuestros consumidores no se aburran mientras esperan sus pedidos se les ofrecerá piqueos brindados por la casa (gratis), además de música relajante y programas deportivos o al placer.

#### **4.3 Estudio arquitectónico**

Es importante establecer que: “El estudio de arquitectura es el espacio de trabajo destinado para que los arquitectos y diseñadores elaboren proyectos y reuniones para construir todo tipo de estructuras edilicias y paisajes exteriores.” Palacios, A. (2021, párr. 4).

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (8 personas). En la cocina, se ha considerado el espacio que necesitarán los cocineros para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. No se han agregado espacios específicos para bodegas, ya que el almacenamiento se hará en el área de cocina.

#### 4.4 Diseño y Distribución de la planta y oficinas.

Es importante establecer que: “Una distribución de una oficina optimizada aumenta la productividad y contribuye al incremento de la eficiencia de las actividades de la organización.” Álvaro, S. (2020, párr. 4).

Por ello, Galápagos Milenium Restaurant se basa en una estructura muy pequeña, no obstante, bien distribuida y con el espacio adecuado para cada ambiente y objetivo laboral.

Imagen 29. Diseño y Distribución de las plantas y oficinas



Guerra, P. (2022). Ilustración. Estructura del Establecimiento. Galápagos



## CAPÍTULO IV

### 5. DERECHO EMPRESARIAL.

Es importante establecer que: “El derecho empresarial es la rama del derecho que regula la actividad empresarial de las empresas, siendo una de sus principales ramas el derecho comercial. El derecho comercial es la rama del derecho que regula y estudia la actividad comercial de las empresas.” Marlón, F. (2021, pág. 5).

#### 5.1 Objetivo del área.

El objetivo del área se expresa en la aportación concreta que, desde un área particular, se hará al desarrollo de las capacidades expresadas en los objetivos generales de la etapa. Como éstos, se definen en términos de capacidades, si bien incorporan una referencia explícita a los contenidos que integran el área donde se va a definir el modelo de negocio, es decir el lugar donde vamos brindar nuestro servicio a nuestros consumidores. De esta manera, especificamos el área y valoramos nuestro entorno tanto para visualizar a la competencia como a nuestros consumidores potenciales, así mismo velamos porque nuestra área no afecte a la biodiversidad de flora y fauna de nuestro alrededor, cuidando el medio en donde vivimos y de donde ofreceremos nuestro servicio.

#### Objetivos Generales.

- Concientización nuestra área a todos los integrantes que servirán en el negocio sobre la importancia del conocimiento, respeto y cumplimiento de las políticas,

normas bioseguridad, reglamento y procedimientos implantados para el buen funcionamiento del Restaurante y sus servicios.

### **Objetivos Específicos.**

- Implantación de un sistema de evaluación confiable y objetivo basado en las necesidades del negocio para satisfacer a nuestros consumidores.
- Desarrollo de un sistema de incentivos acorde con las posibilidades del negocio.
- Diseñar estrategias de marketing para potenciar de manera física y digital nuestro negocio.
- Analizar proveedores y consumidores adecuados al área geográfica donde estemos brindando nuestros servicios.

### **5.2 Marco legal de la Empresa.**

Toda organización, empresa o negocio requiere del desarrollo de su marco legal, con el fin de determinar la forma jurídica que puede adoptar para realizar las actividades empresariales o comerciales, los requisitos se deben cumplir para satisfacer las exigencias legales y así poner en marcha el negocio con el debido funcionamiento correcto de la microempresa.

Por ello, de conformidad con el Reglamento de Intervención de Intendentes Generales y Comisarios de Policía, este trámite está orientado a los propietarios, administradores y representantes legales de los locales y establecimientos que no están sujetos o no se encuentran categorizados como turísticos y están obligados a la

obtención del Permiso Anual de Funcionamiento para cumplir con sus obligaciones y responsabilidades de acuerdo con las actividades económicas propias dependiendo de la categoría en la cual se ubiquen.

El establecimiento de alimentos y bebidas de comida rápida se pretende localizar en el centro municipal de Galápagos - San Cristóbal, por lo que requerirá de las siguientes obligaciones para su normal funcionamiento.

**CATEGORIA CUATRO.-** “Locales de consumo de alimentos preparados.- Se consideran como categoría 4 a los establecimientos que ofrecen alimentos preparados para su consumo inmediato, tales como restaurantes, cafeterías y restaurantes ubicados en el interior de complejos deportivos, paraderos, plazas de comidas; establecimientos donde se expenden comidas populares, estos son: picanterías, comedores, fondas u otros de naturaleza similar; comidas ligeras: cafeterías, fruterías, juguerías, heladerías, panaderías, café net, confiterías; establecimientos de comida rápida; servicios de catering, entre otros de naturaleza similar.” Torres, P. (2021, párr. 5).

### **5.3 Objeto y Ámbito.**

**Art. 1.- Objeto.** El objeto del presente reglamento es regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad de alimentos y bebidas a nuestros consumidores.

**Art. 2.- Ámbito de Aplicación.** Las disposiciones del presente reglamento son de aplicación y observancia obligatoria para quienes se dediquen al ejercicio de la actividad de alimentos y bebidas de la provincia de Galápagos. Igualmente

están sometidos a las disposiciones de este reglamento las entidades públicas nacionales o locales, sus autoridades o funcionarios de turismo, instituciones de seguridad. Gobiernos Autónomos Descentralizados y todos a quienes compete el control del ejercicio de esta actividad.

**Art. 3.- Exclusión.** Quedan excluidos del ámbito de aplicación del presente reglamento, por no tener la consideración de servicio turístico de alimentos y bebidas los siguientes.

- Aquellos, cualquiera que sea su titularidad, que consistan en el suministro de comida o bebida con carácter gratuito o asistencial.
- Los que consistan en servir comidas o bebidas a colectivos particulares excluyendo al público en general, tales como comedores universitarios, escolares o de empresa, que no se encuentren bajo la figura de concesión, arriendo o tercerizada.
- Los prestadores de servicios a través de máquinas expendedoras, ventas ambulantes, delicatessen, cines, panaderías, kioscos y covachas.

**Art. 4.- Definiciones.** Para la aplicación del presente reglamento se deberán observar las siguientes definiciones:

- Alimento preparado: Producto elaborado, semi elaborado o crudo, destinado al consumo humano que requiera o no mantenerse caliente, refrigerado o congelado, y se expende de forma directa al público para su consumo inmediato.

- Comida rápida: Modalidad en la que toda la oferta de alimentos y bebidas se encuentra lista para su consumo o requiere de un tiempo reducido de terminación, y donde lo habitual es que la toma de comanda, facturación y la retirada del pedido por el consumidor se realicen en el mostrador.
- Botiquín de primeros auxilios: Lugar o compartimento que contiene suministros médicos básicos, necesarios e indispensables para brindar los primeros auxilios o tratar dolencias comunes a una persona. Deberá contener al menos los siguientes elementos no caducados: algodón hidrófilo, tira adhesiva sanitaria (curitas), tijeras, linterna, tela adhesiva antialérgica, agua oxigenada, guantes de látex, desinfectante, sobres de gasa estéril, gasa en rollo, gasas para quemaduras, suero fisiológico/ vendas elásticas, mascarillas, manual de primeros auxilios.

#### **5.4 Derechos y Obligaciones.**

**Art. 5.- Derechos del usuario o consumidor.** Los usuarios del establecimiento turístico de alimentos y bebidas tendrán los siguientes derechos:

- Recibir los servicios acordes en naturaleza y calidad a la clasificación y categoría otorgada.
- Ser informados de forma clara y precisa sobre la oferta de alimentos y bebidas y los precios de acuerdo a lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
- Recibir el servicio conforme lo ofertado por el establecimiento.
- Recibir la factura correspondiente por el servicio de alimentos y bebidas.

- Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, con una correcta higiene, sin signos de deterioro, accesibles para todas las personas y en correcto funcionamiento.
- Comunicar las quejas al establecimiento de alimentos y bebidas, a través del libro de reclamos.

### **5.5 Código del Trabajo**

Todo empleador tiene la obligación de proteger a sus trabajadores de una serie de aspectos que ordena la Ley. A continuación, se señalan algunos aspectos relevantes a considerar.

El código del trabajo, en su Art. 184, señala que “el empleador está obligado a tomar todas las medidas necesarias, para proteger eficazmente la vida y la salud de sus trabajadores, manteniendo las condiciones adecuadas de higiene y seguridad en las faenas, como también los implementos necesarios para prevenir accidentes y enfermedades profesionales.”

Deberá asimismo prestar o garantizar los elementos necesarios para que los trabajadores en caso de accidente o emergencia puedan acceder a una oportuna y adecuada atención médica, hospitalaria y farmacéutica.

Corresponderá también a la Dirección del Trabajo fiscalizar el cumplimiento de normas de higiene y seguridad en el trabajo, en los términos señalados en el artículo 191, sin perjuicio de las facultades conferidas a otros servicios del Estado en virtud de las leyes que los rigen.

## **5.6 Permisos y requisitos de funcionamiento.**

Los permisos de funcionamiento son requisitos obligatorios y necesarios para poner en marcha el negocio que se deben renovar cada año.

### **Requisitos.**

- Copia de patente municipal del año exigible.
- Tasa de servicios contra incendios.
- Copia de última actualización del RUC.
- Documentación personalizada (Cédula, papeleta de votación, etc.)

## **5.7 Obtención de la Patente Municipal.**

**Objetivo del Trámite.** Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y, o financieras dentro del cantón, está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal. Igual obligación tendrá incluso aquellas personas exentas por ley, del pago del impuesto patentes. No están obligados a obtener Registro de Patente Municipal, las personas que se hallen en el libre ejercicio profesional.

### **Registro de Patente: Personas Naturales.**

- Formulario (Solicitud de Patente Persona Natural).
- Original y copia de cédula.
- Original y copia del RUC actualizado.
- Original y copia de certificados de seguridad.

- Copia legible de las declaraciones del impuesto a la renta.

### **Registro de Patente: Personas Jurídicas.**

- Formulario (Solicitud de Patente Persona Jurídica).
- Copia legible de los estados financieros del período a declarar.
- Copia legible de la cédula de ciudadanía y el nombramiento del representante legal.
- Original y copia del RUC actualizado.
- Original y copia de los certificados de seguridad.
- Copia de la escritura de la Constitución (por ser primera vez).

### **5.8 Obtención del R.U.C.**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas físicas o jurídicas, para fines tributarios. Para las personas naturales, el número de RUC es igual a su número de cédula, seguido de la secuencia 001.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos.



El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el tipo de contribuyente.

**Requisitos para obtener el RUC, personas naturales:**

- Original y copia de cédula de identidad del contribuyente
- Clave de acceso al servicio en línea
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Solicitud del RUC
- Para extranjeros original y copia del pasaporte con visa vigente
- Original y copia de servicios básicos (máximo de 3 meses atrás)
- Copia del domicilio actual
- Copia del lugar donde realiza la actividad económica

**Servicio de Rentas Internas / SRI**

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

Para obtener el RISE se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.

- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.

### **Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCOSA**

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCOSA, se debe cancelar un valor de \$96, y los requisitos que solicitan son:

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

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

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

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.

- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

## **5.9 Aspectos legales, laborales, tributarios, mercantiles.**

### **Aspectos legales.**

Como su nombre lo indica hacen referencia a elementos normativos, jurídicos o legales. Básicamente, son los trámites o procesos que se deben realizar para obtener los permisos o documentos necesarios para la operación de la empresa.

Al abrir un restaurante cuenta con dos opciones, la primera abrir uno propio, es decir, que usted diseñe su menú, escoja su local, decida el tipo de restaurante que quiere poner, la comida, el servicio que le va a dar, cuánto invertir, etc.

La segunda opción que tiene es abrir una franquicia de comida, esta opción puede ser de las más rápidas, sin embargo, representa una inversión que muchas veces puede ser muy alta dependiendo de la franquicia que seleccione. Además, no hay tanta libertad, ya que está sujeto a una marca, el tipo de comida, servicio, etc.

Cualquiera de las dos opciones tiene su pro y su contra por lo tanto antes de tomar una decisión es importante que vea dichos aspectos y escoja el que más le conviene.

Ahora bien, si opta por tener su negocio propio y no una franquicia es importante comenzar un plan para abrir restaurante, es decir, hacer un plan de negocios que le sirva de guía para montar su negocio lo mejor posible, además de que esto le ayuda a conseguir financiamiento más fácilmente.

Dentro del plan es importante contemplar el aspecto legal al abrir un restaurante por lo tanto a continuación le hablaré de dichas partes a las que les debe poner especial atención.

### **Laborales**

La información laboral contiene datos sobre remuneraciones, tributos a cargo del empleador, retenciones que debe realizar el empleador, pagos de remuneraciones netas, presentación de declaraciones juradas, es decir todo acto de financiamiento remunerado hacia nuestros colaboradores y obligaciones patronales y legales.

### **Tributarios**

La información tributaria está basada en la aplicación correcta de las normas tributarias por las transacciones que lleva a cabo la empresa, como es el caso de tributos como el impuesto general a las ventas, impuesto a la renta y otros, es decir son el tipo de impuestos que refieren a temas fiscales federales de una empresa son el IVA, ISR e IEPS. Impuestos Sobre la Renta: es el impuesto correspondiente a los ingresos que genera la actividad que realizas, es decir, debes pagar un porcentaje de acuerdo a las ganancias totales que obtiene tu negocio.

## **Mercantiles**

Es muy fácil constituir una nueva sociedad mercantil en nuestro país. Lo más importante para iniciar es determinar qué tipo de sociedad es la que necesitamos, ya sea compañía anónima o limitada, establecer nuestro objeto social o actividad a la que nos vamos a dedicar, pensar un nombre original para nuestro negocio y verificar que éste no exista dentro de los registros de la Superintendencia de compañías. Así mismo, En caso de no ser autónomo, hay que realizar la inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil.

## CAPÍTULO V

### 6. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

#### 6.1 Objetivo de área

Es importante establecer que: “El objetivo de área del mercadeo consiste en detectar las mejores oportunidades de mercado, identificar aquellas más rentables y factibles, tener una participación destacada en el mercado y beneficiar a la empresa cumpliendo sus objetivos.” Santillán, A. (2021, párr. 3).

Por ello, el sector de la comida rápida de la empresa Galápagos Milenium Restaurant puede aportar numerosas soluciones al objeto de mitigar el impacto perjudicial. En los ambientes interiores a través de originar un efecto mínimo sobre la salud de las personas y el medio ambiente. Este incluye la combinación de programas de limpieza eficientes, prácticas y soluciones innovadoras, equipos y productos sostenibles.

Valorar la protección del Medio Ambiente como principal responsabilidad de la empresa Galápagos Milenium Restaurant y velar por que ésta se lleve a cabo en todas las funciones y áreas de la actividad que realiza la empresa. Se remarca que la protección del Medio Ambiente es cosa de todos los que forman la empresa global limpieza por lo que se debe proceder en cada situación con un comportamiento responsable tanto dentro como fuera de la empresa.

Es por eso que el compromiso de cumplir de forma exigente aquellas disposiciones legales ambientales vigentes aplicables a esta actividad, así como de los

requisitos que la organización suscriba. La reducción de los impactos ambientales derivados del uso y la manipulación de sustancias químicas y peligrosas, el consumo de agua y de energía y a gestión inadecuada de los residuos, es la tarea central de la política de protección ambiental.

Se controlará en la empresa Galápagos Milenium Restaurant el cumplimiento de la protección ambiental con el fin de verificar el buen funcionamiento de dicha protección y adecuar los objetivos y metas a la naturaleza y magnitud de los impactos ambientales provocados por las actividades, productos y servicios.

## **6.2 Impacto ambiental**

Es importante establecer que: “Es el resultado de una actividad humana que genera un efecto sobre el medio ambiente que supone una ruptura del equilibrio ambiental. Algunos de los impactos ambientales más frecuentes son: contaminación del aire. contaminación de las aguas (mares, ríos, aguas subterráneas).” Sánchez H. (2021, párr. 4).

Por ello, Galápagos Milenium Restaurant se basa en una política de reciclaje y residuos que ayudan a conservar el medio ambiente y a preservarlo.

### **6.2.1 Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Galápagos Milenium Restaurant**

Los problemas de tipo medioambiental que Galápagos Milenium Restaurant identifica en el sector limpieza pueden dividirse fundamentalmente en cuatro campos:

- Residuos.
- Aguas.
- Ruidos.
- Atmósfera.

Si bien hoy en día, y teniendo en cuenta la tendencia hacia la prevención de la contaminación en contra de la corrección, otro campo importante sería también el consumo de recursos. En cuanto al caso particular de empresas de comidas rápidas tenemos:

#### **Residuos.**

- Productos de limpieza.
- Sustancias químicas.
- Envases que los hayan contenido.
- Deshechos de la ejecución de limpieza (trapos sucios, filtros, suciedad extraída,).
- Residuos urbanos (papeles, cartones, envoltorios,)

#### **Atmósfera.**

La contaminación atmosférica, en la actualidad es la contaminación menos relevante en los servicios de limpieza. El tipo de contaminación atmosférica más común:

- Emisiones difusas.



**Ruidos.**

La contaminación fundamental por ruidos es debida a la utilización de máquinas y vehículos destinados a la ejecución de limpiezas tanto en el interior de las zonas turísticas como limpiezas externas. En estos casos en cuanto a niveles de ruido hay que tener en cuenta:

- Niveles de ruido máximos permitidos a las máquinas y vehículos (determinado por Directivas CE y Reales Decretos).
- Niveles de ruido máximos marcados por las ordenanzas municipales.

El ruido es una contaminación ambiental difícil de cuantificar y de eliminar ya que en el mismo intervienen varios aspectos.

**Vertidos.**

La contaminación por vertidos es importante en el sector de la limpieza fundamentalmente debido a la gran cantidad de aguas de limpieza que se generan en dichas actividades y el deshecho que se hace de ellas.

Los contaminantes fundamentales existentes en las aguas de limpieza serán:

- Suciedades arrastradas por dichas aguas (sólidos en suspensión, elementos químicos en limpiezas industriales,).
- Sustancias químicas existentes debido a los productos de limpieza utilizados.

Otros factores medioambientales relacionados con el sector limpieza son:

- Consumos.
- Aguas.
- Sustancias químicas.
- Energía.
- Combustibles.
- Almacenamiento y uso de sustancias peligrosas

### **6.2.2 Medidas para contrarrestar los impactos generados por Galápagos Milenium Restaurant.**

- Se debe reducir la carga tóxica de los productos químicos empleados, mediante la exclusión de productos con componentes nocivos, la limitación de su uso o la selección de productos de menor toxicidad.
- Utilizar los productos y maquinaria más respetuosos con el medio ambiente y la salud laboral.
- Realizar formación continuada al personal para garantizar una correcta manipulación, dosificación y uso de los productos de limpieza y maquinaria, así como de los procedimientos de limpieza.
- Reducir la generación de residuos durante el servicio y hacer una correcta gestión de los mismos, utilizando las respectivas clasificaciones de residuos.
- Evitando el desperdicio innecesario del agua.
- Reducir, reciclar y reutilizar.

### **6.3 Impacto social**

Es importante establecer que: “Se trata del resultado o la consecuencia de una determinada acción en una comunidad, es decir el impacto social se asocia a las consecuencias que genera una acción en el seno de una comunidad.” Núñez, A. (2021, pág. 5).

Así, Galápagos Milenium Restaurant trata de contrarrestar o valorar el impacto social que vive la comunidad en diferentes factores que afecten a nuestros consumidores, la idea es ayudar a que nuestros consumidores se olviden de lo demás y se enfoquen en disfrutar el servicio.

### **6.4 Igualdad de género**

La igualdad de género se refiere a “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres” que se pueda tener a lo largo de la vida de la empresa. Galápagos Milenium Restaurant priorizará la participación igualitaria de hombres y mujeres

### **6.5 Generar empleo**

Galápagos Milenium Restaurant genera empleos a las personas del sector tanto a personas no profesionales y profesionales, de acuerdo a los perfiles para los cargos solicitados y también para el servicio de limpieza, capacitación formando un personal con amplia experiencia y conocimiento.

Considerando también la equidad de género en todos los campos con participación igualitaria de hombres y mujeres. Incentivando al personal de la empresa Galápagos

Milenium Restaurant administrativos y trabajadores, con ascenso cada dos años, premio al mejor trabajador del año, pago de horas extras, cumpleaños. Canasta navideña a la familia de los empleados y trabajadores de global limpieza.

Obra social en escuelas, colegios, a personas con discapacidad, personas de la tercera edad del lugar donde está situada la empresa.

### **6.6 Atracción de empleados**

Galápagos Milenium Restaurant mantendrá una política que incluya una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que los empleados y trabajadores se sientan motivados y seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en sus actividades encomendadas a cada uno.

## **CAPÍTULO VI**

### **7.0 Proceso Financiero.**

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero del proyecto GALÁPAGOS MILENIUM RESTAURANT, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar al restaurante dentro del mercado gastronómico del Cantón.

### **7.1 Objetivo de la Inversión.**

Una inversión en términos generales, es la utilización de los recursos en el sector productivo o de capitales con el objetivo de lograr beneficios o ganancias y su importancia radica en lograr obtener libertad financiera. Para realizar una inversión se debe contar con recursos financieros (dinero) de la empresa o negocio.

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no consumir esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

### **7.2 Elementos de la Inversión.**

El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial.

### Elementos.

- Un sujeto (Inversor).
- Un activo financiero (Dinero).
- La renuncia a una satisfacción inmediata.
- Un activo en el que se invierte.
- Una promesa de recompensa futura más o menos incierta.
- La inversión es financiera cuando el dinero se destina a la adquisición de activos cuyo precio depende de las rentas que se supone generarán en el futuro, como las acciones de una empresa, depósitos a plazo y los títulos de deuda.

Toda inversión implica tanto un riesgo como una oportunidad. Es un riesgo debido a que la devolución del dinero que invertimos no está garantizada, y es una oportunidad debido a que puede ocurrir que se multiplique el dinero invertido.

### 7.3 Activos Fijos.

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles y enseres, sumando como total de activos fijos \$8.830

Tabla 24. Inversiones. Activos Fijos

<b>INVERSIONES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	\$ 0
Vehículo	\$ 0
Equipos Industriales / Seguridad	\$ 3.174
Equipos de computación	\$ 4.130

Muebles / Enseres	\$ 1.526
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 8.830</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de Activos Fijos. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

#### 7.4 Activos diferidos.

Concierne en 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 \$600 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 25. Activos Diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitución	\$600
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$600</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de Activos Diferidos. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

#### 7.5 Capital de Trabajo.

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

En lo que concierne al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos con veinte y cinco mil seis cientos cuatro dólares con ochenta centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de mil ochocientos veinte y cuatro dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc.) con cuatrocientos cuarenta y siete dólares con sesenta centavos, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) dos mil trescientos cuarenta dólares con cuarenta y ocho centavos,

el alquiler de local por cuatro mil ochocientos dólares, publicidad con mil dólares, costo de materia prima de quinientos treinta dólares con cuarenta centavos, gastos financieros dos mil ochocientos dólares, dándonos un total de treinta y nueve mil trescientos cuarenta y siete con treinta centavos.

Tabla 26. Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Sueldo	\$20.000
Servicios Básicos	\$1.524
Materiales de oficina	\$892.80
Materiales de limpieza	\$1669.20
Servicio de automóvil	\$0
Alquiler del local	\$2.400
Publicidad	\$60
Adquisición de la materia prima	\$3.500
Gastos Financieros	\$1.400
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$31.446</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	
Total de activos fijos	\$8.830
Total de activos diferidos	\$600
Total de capital de trabajo	\$31.446
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$40.876</b>

Guerra, P. (2022). Tabla del Capital de Trabajo. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$ 40. 876



## 7.6 Sueldos.

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

Tabla 27. Sueldos

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS EMP.</b>	<b>IESS EMPRESA</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
Chef	530	6360	601,02	772,74	6531,72
Ayudante de Cocina	320	3840	362,88	466,56	3943,68
Mesero	242	2904	274,428	352,836	2982,408
Cajero	289	3468	327,726	421,362	3561,636
<b>TOTAL</b>	<b>1381</b>	<b>16572</b>	<b>1566,054</b>	<b>2013,498</b>	<b>17019</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de Sueldos Individuales Anuales. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

Tabla 28. Sueldos del Personal Individual

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>DECIMO 4°</b>	<b>DECIMO 3°</b>	<b>TOTAL DECIMOS</b>
Chef	530	400	530	930
Ayudante de Cocina	320	400	320	720
Mesero	242	400	242	642
Cajero	289	400	289	689
<b>TOTAL</b>	<b>1381</b>	<b>1600</b>	<b>1381</b>	<b>2981</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de Sueldos Individuales del personal. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

Tabla 29. Total de Sueldos

<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>TOT. DECIMOS</b>	<b>TOT ANUAL</b>
<b>17019</b>	<b>2981</b>	<b>20000</b>

Guerra, P. (2022). Tabla del Presupuesto Salarial Total. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$20.000 anual.

### 7.7 Depreciación Activos Fijos.

Tabla 30. Depreciación de Activos Fijos

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
		<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Equipos Industriales	3174	10%	317,4
Edificio	0	5%	0
Vehículos	0	20%	0
Equipos de Computación	4130	33,33%	1376,529
Muebles y Enseres	1526	10%	152,6
<b>TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>1846,53</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de Depreciación de Activos Fijos. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

### 7.8 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 ciento veinte dólares, ya que el monto por constitución equivale a seiscientos dólares.

Tabla 31. Amortizaciones

<b>AMORTIZACIONES</b>			
<b>PORCENTAJE AMORTIZACIÓN</b>			
Gastos de Constitución	600	20%	120

Guerra, P. (2022). Tabla de Amortizaciones. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

### 7.9 Estructura de la Inversión.

La estructura de capital o inversión está relacionada con la situación financiera a largo plazo de la empresa, hasta para financiar y planear sus operaciones futuras. La estructura de las inversiones está estructurada los tipos de inversiones, las cuales son la inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo. La inversión fija se divide en dos tipos, estos son: Bienes físicos e intangibles, El capital de trabajo se divide en tres tipos: Existencias, exigibles y disponibles.

Por ello, la estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$30.876 que equivale a una estructura del 52%; costo 10% con una tasa de descuento de 6,5 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$20.000 con una estructura del 48% , el costo es del 14 % que otorga el 4,9% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$30.000 que en la suma total 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 13,4% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 32. Estructura de Inversión

<b>ESTRUCTURA DE INVERSIÓN</b>					
		<b>ESTRUCTURA</b>	<b>COSTO</b>	<b>TD</b>	
Capital Propio	30876	52%	10%	6,5%	
Capital Financiero	10000	48%	14%	4.9%	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>40.876</b>	<b>100%</b>		<b>11.4%</b>	<b>TMAR</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de la Estructura de la Inversión. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

### 7.10 Tabla de Amortización.

Tabla 33. Tabla de Amortización

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>MONTO</b>	10000			
<b>TAZA</b>	14%			
<b>PLAZO</b>	5			
<b>PERÍODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>PAGO DE INTERES</b>	<b>PAGO DE CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
0	-	-	-	10000
1	2912,84	1.400,00	1.512,84	8.487,16
2	2912,84	1.188,20	1.724,63	6.762,53
3	2912,84	946,75	1.966,08	4.796,45
4	2912,84	671,50	2.241,33	2.555,12
5	2912,84	357,72	2.555,12	0,00

Guerra, P. (2022). Tabla de Amortización Total. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 10000, con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de 357,72 y a su vez el pago capital de 2.555,12, de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

### 7.11 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto

es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.

Tabla 34. Punto de Equilibrio. Costos Fijos

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Arriendo	200
Sueldos	2238,00
Ser. Básicos	127
<b>T. COSTOS FIJOS</b>	<b>2565,00</b>

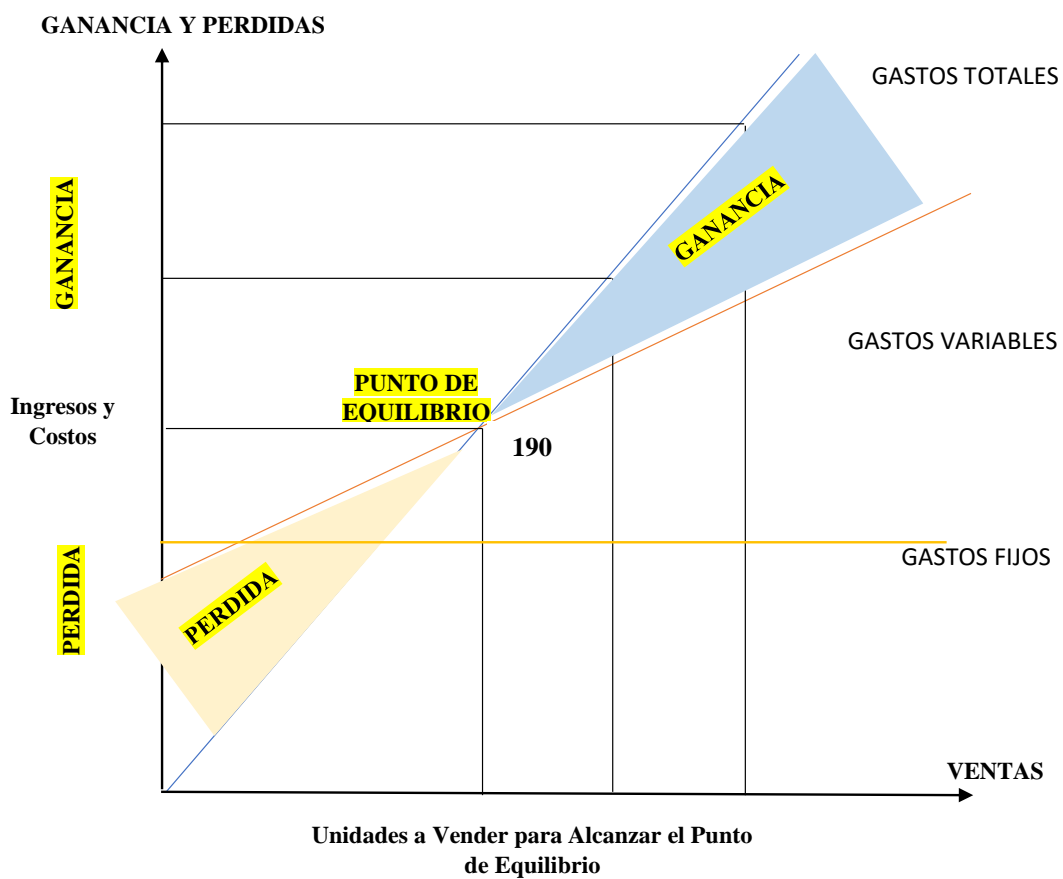
Guerra, P. (2022). Tabla de Costos Fijos. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

Tabla 34. Margen de Contribución

<b>Precio menú</b>	<b>21,50</b>	
<b>Costo menú</b>	<b>8,00</b>	
<b>Ganancia</b>	<b>13,50</b>	<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de Margen de Contribución. Producto Estrella. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

Imagen 30. Gráfico. Punto de Equilibrio



Guerra, P. (2022). Ilustración. Punto de Equilibrio. Galápagos

Tabla 35. Punto de Equilibrio Total

<b>VENTA</b>	<b>190</b>	<b>21,50</b>	<b>4085,00</b>
<b>COSTO</b>	<b>190</b>	<b>8,00</b>	<b>1520,00</b>
<b>GASTO</b>			<b>2565,00</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de Punto de Equilibrio Total. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

Tabla 36. Ventas Proyectadas

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>			
380	10.930,00	<b>132.420,00</b>	<b>ventas</b>
380	5,840,00	<b>84.360,00</b>	<b>costo</b>

Guerra, P. (2022). Tabla de Ventas Proyectadas. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad.

### **7.12 Costo de Venta.**

Tabla 37. Costo de Ventas

	0	1	2	3	4	5
VENTAS		132420,00	136405,84	140511,66	144741,06	149097,76
COSTO DE VENTAS		84360,00	86899,24	89514,90	92209,30	94984,80
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		48060,00	49506,61	50996,75	52531,76	54112,96
GASTOS ADMINISTRATIVOS		20519,80	21137,45	21773,68	22429,07	23104,19
SERVICIOS BASICOS		1380,00	1421,54	1464,33	1508,40	1553,81
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		145,88	150,27	154,79	159,45	164,25
ALQUILER AUTO		273,96	282,21	290,70	299,45	308,46
ALQUILER		1800,00	1854,18	1909,99	1967,48	2026,70
PUBLICIDAD		4560,00	4697,26	4838,64	4984,29	5134,31
DEPRECIACIONES		700,16	700,16	700,16	700,16	700,16

AMORTIZACIONES		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
UTILIDAD OPERATIVA		18600,20	19183,55	19784,46	20403,45	21041,08
GASTOS FINANCIEROS		840,00	712,92	568,05	402,90	214,63
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		17760,20	18470,63	19216,40	20000,55	20826,45
BASE IMPOSITIVA		6438,07	6695,60	6965,95	7250,20	7549,59
UTILIDAD NETA		11322,13	11775,02	12250,46	12750,35	13276,86

Guerra, P. (2022). Tabla de Costos de Venta. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

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.

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 \$49966,42 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$58036,21.

### **7.13 Flujo de efectivo o caja.**

El flujo de efectivo se refiere a las entradas y salidas de dinero de tu empresa; es decir, incluye todos tus gastos y todas tus ventas o cobros, es decir el flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.



Tabla 38. Flujo de Efectivo o Caja

	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		18600,20	19183,55	19784,46	20403,45	21041,08
DEPRECIACION		700,16	700,16	700,16	700,16	700,16
AMORTIZACION		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
- BASE IMPOSITIVA		6438,07	6695,60	6965,95	7250,20	7549,59
- GASTOS FINANCIEROS		840,00	712,92	568,05	402,90	214,63
- PAGO CAPITAL		907,70	1.034,78	1.179,65	1.344,80	1.533,07
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-36428,41	11.194,59	11.520,41	11.850,97	12.185,71	12.523,95

Guerra, P. (2022). Tabla de Flujo de Efectivo o Caja. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$11.194,00, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$12.523,95.

### 7.13.1 Tasa de Descuento.

La tasa de descuento es el coste del capital que se aplica para determinar el valor presente de un pago futuro. Cabe precisar que la tasa de interés sirve para aumentar el valor (o añadir intereses) en el dinero actual. La tasa de descuento, por lo contrario, resta valor al dinero futuro cuando se traslada al presente, al menos que sea negativa. En caso de que la tasa de descuento fuera negativa, se entendería que, contrario a lo que indica la teoría, el dinero futuro vale más que le actual. Según, Erick “La tasa de descuento es la tasa de interés que sirve para calcular el valor que tienen hoy una serie

de ingresos que serán recibidos más adelante, es decir, nos permite conocer el valor presente del dinero. Los inversionistas utilizan este método para evaluar diferentes proyectos.” Palacios, E. (2021, párr. 4).

#### **7.14 Estados Financieros Projectados.**

Los estados financieros proforma (o estados financieros proyectados) constituyen el producto final del proceso de planeación financiera de una empresa. Con el propósito de facilitar la elaboración de los estados financieros básicos, adicionalmente se hace un flujo de efectivo (entradas y salidas de efectivo).

#### **7.15 Evaluación Financiera.**

La evaluación financiera es el ejercicio teórico-práctico mediante el cual se intentan identificar, valorar y comparar entre sí los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas de proyectos de inversión con la finalidad de apoyar la toma de decisiones de inversión que permitan crear valor, aquellos proyectos que maximicen el valor de la compañía son los favorables, aumentar su valor implica que el flujo de efectivo libre es incremental y los costos del capital son inferiores al retorno del capital invertido.

#### **7.16 Período de Recuperación (PRI).**

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

### 7.17 Valor actual Neto (VAN).

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$132.420,00.

A continuación, la formula del VAN.

Imagen 31. Fórmula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Guerra, P. (2022). Fórmula VAN. Galápagos

### 7.18 Tasa Interna de Retorno (TIR).

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 18,36 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,47 % con el TMAR.

A continuación, la fórmula del TIR.

- **F** representa los flujos de cada en cada período.
- **IO** es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- **n** es el número de períodos considerados.

Imagen 32. Fórmula del TIR

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

Guerra, P. (2022). Fórmula del TIR. Galápagos

### 7.19 Cálculo del TIR y el VAN.

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

Tabla 39. Cálculos del TIR y VAN

VAN	5.088,29
TIR	18,36%
TMAR	13,47%

Guerra, P. (2022). Tabla TIR y VAN. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos

- VAN mayor a 0 es bueno / Factibilidad.
- TIR mayor a TD es bueno / Factibilidad.
- El cálculo TIR determina la rentabilidad del proyecto.

- El cálculo VAN estima las ganancias brutas de la empresa.
- El cálculo TIR es recomendado para proyectos de menos duración o que tienen un flujo de caja alto.
- El cálculo VAN solo mide la ganancia de quien invierte.

En base al análisis financiero efectuado para Galápagos Milenium Restaurant podemos concluir que el plan de negocios es rentable, y esto se lo puede evidenciar en los cálculos realizados en donde tendremos como resultado:

$$\text{VAN} = 5088,29 > 0 \text{ Y } \text{TIR} = 18,36 > \text{TD} = 11.4\%$$

## CAPÍTULO VII

### Conclusiones

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, se pudo hacer el levantamiento de la estructura organizacional para poder cumplir con la propuesta de negocio, es decir adquirir toda la información necesaria del mercado, las cuales engloban las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, por otro lado se maneja la importancia de poner en marcha el negocio y sus productos innovadores para brindar a la comunidad un servicio único e innovador, además de diseñar nuevas herramientas para la innovación, coordinación y estructuración del negocio. Así, podemos buscar la expansión y calidad de los servicios profesionales hacia la comunidad o a nivel insular.

La idea es brindar un servicio de calidad y rapidez con productos innovadores que atraigan a los consumidores y futuros consumidores potenciales y buscando así la satisfacción del cliente, además de muchos otros factores innovadores que se mejoraran, no obstante también el negocio se enfocará en los colaboradores, ya que programas de incentivos, capacitaciones y recompensas individuales son prioridad para el buen servicio hacia los consumidores.

Es por ello, que el modelo de negocio brindado tras una larga investigación será bien recibido por la sociedad, incluso ya este puesto en marcha con resultados altamente positivos y prósperos para el negocio, la finalidad que buscamos es satisfacer

a los clientes, con una mejor calidad, servicio, rapidez y sobre todo acatando las normas de bioseguridad dadas por la pandemia.

Así mismo, podemos decir que, gracias a una muy puntual investigación de mercado, referente a las diferentes estrategias de venta y debido al análisis ya expuesto con anterioridad, se puede identificar una oportunidad y aporte en el presente modelo de negocio, tanto como negocio como para ayudar a jóvenes emprendedores a aprender, laborar y visitar las islas Galápagos.

Con respecto a la acogida, Galápagos Milenium Restaurant, por parte del mercado, se puede aseverar que será bien aceptada por la comunidad, debido a que trabajan en sintonía con los ámbitos sociales, cultural y ambiental. Así, resguardando el medio que nos rodea como comunidad y sus entornos ambientales, así como el bienestar de los mismos.

Con respecto al aporte social, el presente proyecto colaborará con la generación de empleo a la comunidad de Galápagos – San Cristóbal, en un pequeño porcentaje al inicio, pero se esperará crecer en el mediano y largo plazo para ampliar las ofertas laborales.

Para concluir, Galápagos Milenium Restaurant ha sido un pequeño modelo de negocio que se ha llevado a cabo con la finalidad de poder emprender en la sociedad y brindar oportunidades de crecer no solo profesionalmente sino académicamente, así mismo, Galápagos Milenium Restaurant cumplirá con objetivos más valioso de los consumidores, el cual es satisfacer las necesidades de los mismos.

## Recomendaciones

- Contar con un plan de negocios alterno que nos ayude a desarrollar mejor nuestro plan de negocio principal o en caso de aspectos preocupantes.
- Realizar una investigación de mercado conforme lo necesite para hacer un análisis financiero que nos dé a considerar un punto de equilibrio y a partir de ahí proyectar nuestras ventas.
- Desarrollar estrategias que ayuden al modelo de negocio a fortalecerse cada vez más.
- Diseñar estrategias que nos ayuden a mejorar la calidad del menú cada día, ya que el mundo gastronómico está cada vez más competitivo y se necesita de grandes innovadores.
- Desarrollar estrategias que ayuden a la velocidad, calidad y organización del personal para sus clientes.
- Analizar cada mes las amenazas de competitividad cerca de nuestro negocio, ya que pueden resultar ser un peligro potencial.
- Innovar nuevas cosas, para que nuestra competencia no tenga la posibilidad de seguir nuestros pasos.
- Brindar un debido seguimiento a la ejecución del modelo de negocio para aportar con la comunidad.
- Desarrollar campañas que ayuden a la sociedad de Galápagos a que sean cada vez más los jóvenes o adultos emprendedores por nuestra bella y única isla.



## Referencias

- Alcívar, N. (2021). *Estructura Organizacional. Centralización y descentralización. Modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.cuidatudinero.com/13117233/estructura-organizacional-centralizada-y-descentralizada>
- Álvaro, S. (2020). *Diseño y Distribución de Plantas y Áreas*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/disenio-y-distribucion-en-planta/que-es-el-diseno-distribucion-en-planta/>
- Andres, S. (2021). *Modelo de negocio. Función Política*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <http://diccionariojuridico.mx/definicion/funcion-politica/>
- Arroyo, P. (2021). *Características. Ejemplo y modelos de negocios*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.factufacil.es/caracteristicas-de-los-informes-de-seguimiento-de-proyectos.html#:~:text=Los%20informes%20de%20seguimiento%20de%20proyectos%20son%20concisos%2C%20se%20utiliza,largas%20lecturas%20y%20dif%C3%ADcil%20comprens%C3%B3n.>
- Arroyo, P. (2021). *Producto Aumentado*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/producto-aumentado.html#:~:text=El%20producto%20aumentado%20es%20el,empresa%20para%20satisfacer%20una%20necesidad.>
- Baldes, B. (2021). *Flujogramas. Modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/flujograma.html>
- Barros, G. (2020). *Modelos de negocio. Ejemplos de financiamiento*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>
- Beker, P. (2021). *Competencia y funciones del mercad. Precios*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://prcomunicacion.com/wiki/competencia-directa-vs-competencia-indirecta-2/#:~:text=COMPETENCIA%20DIRECTA%3A%20Producto%20muy%20similar,y%20Fo%20con%20productos%20substitutos.>
- Carrón, P. (2021). *Estilo. Características y funciones*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://definicion.de/estilo/>
- Cepeda, C. (2021). *Características y funciones de un modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de [https://www.ejemplode.com/58-administracion/3495-caracteristicas\\_de\\_un\\_informe.html](https://www.ejemplode.com/58-administracion/3495-caracteristicas_de_un_informe.html)



- Marcia, S. (2021). *Objetivos y desempeño de desarrollo del modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.ibm.com/docs/es/moo?topic=reports-report-types>
- Méndes, M. (2021). *Modelo de Negocio. Capacidad Instalada*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/#:~:text=La%20capacidad%20instalada%20es%20el,equipos%20de%20producci%C3%B3n%2C%20instalaciones%2C%20recursos>
- Montes, A. (2020). *Modelo de negocio. Diseño y reformas. Características*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/que-es-un-modelo-de-negocio-y-como-hacerlo-efectivo/>
- Núñez, A. (2021). *Modelo de Negocio. Impacto Social*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.esimpact.org/impacto-social/#:~:text=La%20medici%C3%B3n%20del%20impacto%20social,de%20manera%20comparativa%20y%20robusta.>
- Orellano, S. (2021). *Producto y Servicio. Modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://negociosdigitalesmovistar.com/es-ec/negocio-por-internet/conoce-la-diferencia-entre-producto-y-servicio/#:~:text=Mientras%20los%20productos%20son%20producidos,en%20el%20acto%20de%20atenderlo.>
- Palacios, E. (2021). *Medelo de Negocio. Tasa de Descuento*. Recuperado el 05 de marzo de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Palacios, R. (2020). *Intermediarios*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/intermediario.html>
- Panchana, P. (2021). *Modelo de negocio. Distribución y Uniformes*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ3310.pdf>
- Pardo, G. (2021). *Modelo de negocio. Microentorno*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-es-el-microentorno-y-como-influye-en-las-empresas#:~:text=El%20microentorno%20tambi%C3%A9n%20es%20conocido,diarias%20como%20en%20los%20resultados.>
- Parra, N. (2021). *Diferenciación y características. Modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.negociosyemprendimiento.org/2015/10/modelo-diferenciacion-diferenciarse-competencia.html#:~:text=Modelo%20de%20Diferenciaci%C3%B3n%2C%20una%20herramienta%20para%20diferenciarte%20de%20la%20competencia,-martes%2C%20octubre%202020&text=Si%20el%20m>

- Parrales, H. (2021). *Distribución y Punto de Venta. Modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://foroalfa.org/articulos/distribucion-punto-de-venta-y-consumo#:~:text=La%20distribuci%C3%B3n%20relaciona%20mercado%20y,mis%20clientes%20comprar%20mi%20producto.>
- Peréz, M. (2020). *Metas y objetivos de un modelo de negocio. Ejemplos y desarrollo*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://iaap.wordpress.com/2009/03/03/%C2%BFque-caracteristicas-debe-tener-la-informacion-en-un-reporte-de-avance/>
- Plata, V. (2021). *Preveedores*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/proveedor.html>
- Rodríguez, H. (2021). *Modelo de negocio. Macroentorno*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://franciscotorreblanca.es/que-es-el-macroentorno/>
- Roldós, E. (2021). *Modelo de negocio. Sustitutos*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>
- Royano, P. (2021). *Modelo de negocio. Formalización y estrategias*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-33052016000100014](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052016000100014)
- Sánchez, A. (2021). *Tipos de proyectos y sus características. Ejemplos de modelos de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-proyectos-y-sus-principales-caracteristica>
- Sánchez, H. (2021). *Modelo de Negocio. Impacto Ambiental*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/impacto-ambiental-y-tipos-de-impacto-ambiental#:~:text=Se%20define%20impacto%20ambiental%20como,hombre%20o%20de%20la%20naturaleza%E2%80%9D.>
- Sandoya, G. (2021). *Modelo de negocio. Funciones organizacionales*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://marketingastronomico.com/aun-no-tienes-claro-el-modelo-de-negocio-de-tu-restaurante/>
- Santillán, A. (2021). *Objetivos del Área Ambiental y Social*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.ambiente.gob.ec/objetivos/#:~:text=su%20manejo%20integra,Reducir%20la%20vulnerabilidad%20ambiental%2C%20social%20y%20econ%C3%B3mico%20frente%20al%20cambio,los%20sectores%20productivos%20y%20sociales.>
- Smith, V. (2021). *Competencia directa e indirecta. ejemplos y características*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.gestionar-facil.com/competencia-directa-e-indirecta/>

- Solorzano, A. (2020). *Funciones de posicionamiento. Estructura y modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.cuidatudinero.com/13146209/que-es-una-organizacion-vertical>
- Torres, P. (08 de 05 de 2021). *Reformas, Obligaciones y Reglamentos para los Restaurantes en Galápagos*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.reformas-servicios.com/reformas-restaurantes/>
- Tovar, V. (2021). *Modelo de negocio. Desarrollo Organizacional*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.questionpro.com/blog/es/desarrollo-organizacional/>
- Vaca, L. (2021). *Función Económica*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.monografias.com/docs/funcion-economica-de-los-proyectos-PKQYDJGFJDG2Z#:~:text=La%20funci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20de%20un,sean%20sus%20fuentes%20de%20financiamiento.>
- Vaca, L. (2021). *Modelo de negocios. Estructura para innovar y características*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://eloyrodriguez.com/modelo-canvas-business-restaurant/>
- Valencia, F. (2021). *Modelo de negocio. Función Tecnológica*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://es.slideshare.net/krolinagarcia77/funciones-de-las-tecnologias>
- Vélez, P. (2021). *Competencia Indirecta. Ejemplo y modelo de negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/competencia-indirecta.html>
- Westricher, G. (2021). *Modelo de negocio. Entorno Empresarial*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/entorno-empresarial.html>
- Zambrano, H. (12 de 09 de 2021). *Modelo de Negocio. Riesgo y Oportunidades de Negocio*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://www.elblogsalmon.com/entorno/los-riesgos-y-las-oportunidades-principales-de-las-empresas>

## Anexos

- **Equipos Industriales.**

Imagen 33. Cocina Industrial



Guerra, P. (2022). Gráfico. Cocina Industrial. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 34. Gas Industrial



Guerra, P. (2022). Gráfico. Gas Industrial. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 36. Tostadora



Guerra, P. (2022). Gráfico. Tostadora Inalámbrica G635 - Samsung. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 35. Microondas



Guerra, P. (2022). Gráfico. Microondas. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 37. Licuadora



Guerra, P. (2022). Gráfico. Licuadora Sonic. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

- **Equipos de Computación.**

Imagen 39. Laptop Personal



Guerra, P. (2022). Gráfico. Laptop Portátil HP. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 38. Impresora



Guerra, P. (2022). Gráfico. Impresora HP. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 40. Computador de Escritorio



Guerra, P. (2022). Gráfico. Computador de Escritorio Sony 3245htz. Galápagos Milenium

- **Muebles y Enseres.**

Imagen 42. Cubiertos



Guerra, P. (2022). Gráfico. Cubiertos. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 41. Vajillas



Guerra, P. (2022). Gráfico. Platos. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 43. Mesas y Sillas



Guerra, P. (2022). Gráfico. Mesas y Sillas. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

- **Equipos Industriales de Seguridad.**

Imagen 44. Extintor de Emergencia



Guerra, P. (2022). Gráfico. Extintor. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 45. Gel Desinfectante



Guerra, P. (2022). Gráfico. Gel Desinfectante. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

- **Suministros de Oficina.**

Imagen 47. Hojas Papel Bon



Guerra, P. (2022). Gráfico. Hojas Papel Bon. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 46. Esferos



Guerra, P. (2022). Gráfico. Esferos. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 48. Grapadora



Guerra, P. (2022). Gráfico. Grapadora Artesco. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.



- **Platos Innovadores. (Especialidades de la Casa)**

Imagen 49. Alitas BBQ



Guerra, P. (2022). Gráfico. Alitas. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 50. Menstras Completas



Guerra, P. (2022). Gráfico. Menstras Completas. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 52. Pulpo en Salsa de Champiñones



Guerra, P. (2022). Gráfico. Pulpo en Salsas. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 51. Deditos de Pescado a la Plancha



Guerra, P. (2022). Gráfico. Pulpo en Salsas. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.

Imagen 53. Camarones al Ajillo



Guerra, P. (2022). Gráfico. Camarones al Ajillo. Galápagos Milenium Restaurant. Galápagos.