



**CARRERA: GASTRONOMÍA**

**TEMA:**

**“Implementación de un restaurante de comida rápida con temática deportiva en el sector de El Rosario, ciudad de Quito.”**

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

**AUTOR:**

**Jorge Damián Rojas Castro**

**TUTOR:**

**MSc. Christian Carvajal**

**D.M. Quito, 04 de febrero 2021**

## DEDICATORIA

A mis padres, quienes han hecho posible este sueño,  
su sacrificio, perseverancia, consejos y amor hicieron que  
hoy sea quien soy y logre terminar esta etapa de mi vida.

A mi hermana, persona fundamental para cumplir esta meta,  
por su motivación y críticas constructivas hacia mí.

A mi novia, quien ha sido pilar fundamental en esta etapa,  
a ella porque con su amor me motivó y me ayudó  
a culminar este largo proceso.

Al Dr. Patricio Yépez, quien fue una de las persona que me motivo a  
seguir ésta tan apasionada carrera y quien junto a mis padres me apoyo  
económicamente para culminar esta tan apasionada carrera.

Por último, pero no menos importante a mi hija, quien ha sido  
mi motor durante la última etapa de mi carrera, por quien me  
levanto cada mañana a dar todo de mí, a ella porque me motiva  
a ser mejor cada día.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios, por darme sabiduría y fuerza para culminar esta etapa tan importante en mi vida, a mis padres, familia, novia y a mi hija por ser quienes me dieron la motivación, fuerza y amor para llegar lejos y cumplir con mi objetivo.

A mi Director de Trabajo de Titulación MS.c Christian Carvajal, por su guía, comprensión, paciencia, entrega y sobre todo por sus valiosos y acertados consejos a lo largo de este proyecto.

A mis profesores, quienes han estado a mi lado todos estos años de carrera compartiéndome su sabiduría y estando siempre prestos para responder cualquier duda que llegué a tener.

A mi Coordinadora de Carrera MS.c María Teresa Becerra, por estar siempre pendiente de cada uno de mis pasos a lo largo de estos años, por solucionar cualquier problema que se me presentó, por considerarme alguien ejemplar y sobre todo por confiar en mí.

## AUTORIA

Yo, Jorge Damián Rojas Castro, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Jorge Damián Rojas Castro

D.M. Quito, 04 de febrero del 2021

**MS.c Christian Carvajal.**  
**Director de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

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

MS.c Christian Carvajal.

D.M. Quito, 04 de febrero del 2021

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA**

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

**PRIMERA:** El **MS.c Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Director del trabajo fin de carrera; y el **Sr. Jorge Damián Rojas Castro** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

**SEGUNDA: UNO.** - El **Sr. Jorge Damián Rojas Castro** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Implementación de un restaurante de comida rápida con temática deportiva en el sector de El Rosario, ciudad de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del MS.c Christian Carvajal.

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

**TERCERA:** Los comparecientes, MS.c Christian Carvajal en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Jorge Damián Rojas Castro, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Implementación de un restaurante de comida rápida con temática deportiva en el sector de El Rosario, ciudad de Quito.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

**MS.c Christian Carvajal**



**Jorge Rojas**

D.M. Quito, 04 de febrero del 2021

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>III</b>
<b>AUTORIA</b> .....	<b>IV</b>
<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	<b>V</b>
<b>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA</b> .....	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>X</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES</b> .....	<b>XII</b>
<b>1. INTRODUCCION</b> .....	<b>1</b>
1.1. RESUMEN EJECUTIVO.....	1
<b>2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL</b> .....	<b>4</b>
2.1 CREACIÓN DE LA EMPRESA .....	4
2.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA .....	4
2.1.1 IMPORTANCIA. ....	4
2.1.2 CARACTERÍSTICAS. ....	5
2.1.3 ACTIVIDAD. ....	5
2.3 TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	6
2.4 NECESIDADES QUE SATISFACER .....	6
2.4.1 NECESIDAD FISIOLÓGICA.....	6
2.4.2 NECESIDAD DE SEGURIDAD. ....	7
2.4.3 NECESIDAD SOCIAL – AFILIACIÓN.....	7
2.4.4 NECESIDAD DE RECONOCIMIENTO. ....	8
2.4.5 NECESIDAD DE AUTORREALIZACIÓN.....	8
2.5 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	8
2.6 FILOSOFÍA EMPRESARIAL .....	9
2.6.1 MISIÓN.....	9
2.6.2 VISIÓN. ....	9
2.6.3 OBJETIVOS. ....	9
2.6.4 META.....	9
2.6.5 ESTRATEGIAS. ....	10
2.6.6 POLÍTICAS. ....	10
2.6.7 FODA. ....	11
2.7 DESARROLLO ORGANIZACIONAL .....	12
2.7.1 TIPO DE ESTRUCTURA. ....	12

2.7.2	FORMALIZACIÓN.....	13
2.7.3	CENTRALIZACIÓN – DESCENTRALIZACIÓN.....	13
2.7.4	INTEGRACIÓN.....	13
2.8	ORGANIGRAMA EMPRESARIAL .....	14
2.9	FUNCIONES DEL PERSONAL .....	15
<b>3.</b>	<b><u>PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....</u></b>	<b>23</b>
3.1	OBJETIVO DE MERCADOTECNIA.....	23
3.2	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	23
3.2.1	MODALIDAD. ....	23
3.3	PLAN DE MUESTREO .....	24
3.4	ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS .....	25
	PREGUNTA 1. ....	25
	PREGUNTA 2.....	26
	PREGUNTA 3.....	27
	PREGUNTA 4.....	28
	PREGUNTA 5.....	29
	PREGUNTA 6.....	30
	PREGUNTA 7.....	31
	PREGUNTA 8.....	32
	PREGUNTA 9.....	33
	PREGUNTA 10.....	34
3.4.1	ANÁLISIS GENERAL. ....	35
3.5	ENTORNO EMPRESARIAL .....	36
3.5.1	MICROENTORNO. ....	36
3.5.2	MACROENTORNO .....	39
3.6.	PRODUCTO Y SERVICIO.....	42
3.6.1	PRODUCTO ESENCIAL.....	42
3.6.2	PRODUCTO REAL.....	42
3.6.3	CARACTERÍSTICAS.....	43
3.6.4	CALIDAD.....	43
3.6.5	ESTILO.....	43
3.7	MARCA. ....	44
3.7.1	PRODUCTO AUMENTADO. ....	44
3.8	PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.....	45
3.8.1	DISTINTIVOS Y UNIFORMES .....	45
3.8.2	MATERIALES DE IDENTIFICACIÓN. ....	48
3.8.3	CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS .....	52
3.8.4	RIESGO Y OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO .....	53
3.9	FIJACIÓN DE PRECIOS .....	54
3.9.1	FIJACIÓN DE PRECIOS POR RECETA ESTÁNDAR.....	54
3.10	IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO.....	61
	• ARRIENDO DEL LOCAL.....	61
	• EQUIPOS INDUSTRIALES.....	61
	• EQUIPOS DE COMPUTACIÓN. ....	62
	• MUEBLES Y ENSERES.....	62



• SERVICIOS BÁSICOS .....	64
• MATERIALES DE LIMPIEZA.....	64
3.11 ESTUDIO ARQUITECTÓNICO .....	65
ESTRUCTURA INTERNA DEL ESTABLECIMIENTO.....	65
<b><u>4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....</u></b>	<b><u>66</u></b>
<b><u>5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....</u></b>	<b><u>71</u></b>
5.1. OBJETIVO DE ÁREA.....	71
5.2. IMPACTO AMBIENTAL .....	71
5.3. IMPACTO SOCIAL. ....	72
<b><u>6. PROCESO FINANCIERO.....</u></b>	<b><u>74</u></b>
6.1. INTRODUCCIÓN.....	74
6.2. INVERSIONES .....	74
6.3. ACTIVOS DIFERIDOS .....	74
6.4. CAPITAL DE TRABAJO .....	75
6.5. SUELDOS.....	76
6.6. DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS. ....	77
6.7. AMORTIZACIONES .....	77
6.8. ESTRUCTURA CAPITAL.....	77
6.9. TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	78
6.10. PUNTO DE EQUILIBRIO .....	79
6.11. COSTO DE VENTAS .....	80
6.12. FLUJO DE CAJA .....	81
6.13. CÁLCULO DEL TIR Y EL VAN .....	81
6.13.1. VAN (VALOR ACTUAL NETO) .....	82
6.13.2. TIR (TASA INTERNA DE RETORNO) .....	82
<b><u>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</u></b>	<b><u>83</u></b>
7.1. CONCLUSIONES .....	83
7.2. RECOMENDACIONES.....	83
<b><u>7.3. BIBLIOGRAFÍA .....</u></b>	<b><u>84</u></b>
7.4. ANEXOS .....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente chef .....	16
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina. ....	18
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, mesero. ....	20
Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista.....	22
Tabla 5. <i>Pregunta 1</i> .....	25
Tabla 6. <i>Pregunta 2</i> . ....	26
Tabla 7. <i>Pregunta 3</i> .....	27
Tabla 8. <i>Pregunta 4</i> .....	28
Tabla 9. <i>Pregunta 5</i> .....	29
Tabla 10. <i>Pregunta 6</i> .....	30
Tabla 11. <i>Pregunta 7</i> .....	31
Tabla 12. <i>Pregunta 8</i> .....	32
Tabla 13. <i>Pregunta 9</i> .....	33
Tabla 14. <i>Pregunta 10</i> .....	34
Tabla 15. <i>Proveedores</i> . ....	38
Tabla 16. Financiamiento publicidad.....	53
Tabla 17. Alitas BBQ con papas fritas, receta estándar de costos.....	55
Tabla 18. Hamburguesa con papas fritas, receta estándar de costos. ....	56
Tabla 19. Michelada, receta estándar de costos.....	57
Tabla 20. Alitas BBQ con pasapas fritas Receta estándar de producción.....	58
Tabla 21. Hamburguesa con papas fritas. Receta estándar de producción. ....	59
Tabla 22. Michelada. Receta estándar de producción. ....	60
Tabla 23. Arriendo del local. ....	61
Tabla 24. Equipos industriales.....	61
Tabla 25. Equipos de computación.....	62
Tabla 26. Muebles y enseres.....	62
Tabla 27. Equipos industriales de seguridad .....	63
Tabla 28. Suministros de oficina. ....	63
Tabla 29. Servicios básicos.....	64
Tabla 30. Materiales de limpieza.....	64
Tabla 31. Inversiones.....	74
Tabla 32. Activos diferidos.....	74

Tabla 33. Capital de trabajo.....	75
Tabla 34. Detalle de inversiones.....	75
Tabla 35. Sueldos.....	76
Tabla 36. Décimos .....	76
Tabla 37. Sueldos totales .....	76
Tabla 38. Depreciación de activos fijos.....	77
Tabla 39. Amortizaciones.....	77
Tabla 40. Estructura de capital. ....	78
Tabla 41. Tabla de amortización.....	78
Tabla 42. Datos punto de equilibrio.....	79
Tabla 43. Margen de contribución.....	79
Tabla 44. Punto de equilibrio.....	79
Tabla 45. Ventas/costo proyectados .....	79
Tabla 46. Flujo de ventas.....	80
Tabla 47. Flujo de caja.....	81
Tabla 48. VAN/TIR. ....	82

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Piramide de Maslow. ....	6
Ilustración 2. Ubicación.....	8
Ilustración 3. Organigrama empresarial PapiGol .....	14
Ilustración 4. <i>Pregunta 1, gráfico circular.</i> .....	25
Ilustración 5. <i>Pregunta 2, gráfico circular.</i> .....	26
Ilustración 6. <i>Pregunta 3, gráfico circular.</i> .....	27
Ilustración 7. <i>Pregunta 4, gráfico circular.</i> .....	28
Ilustración 8. <i>Pregunta 5, gráfico circular.</i> .....	29
Ilustración 9. <i>Pregunta 6, gráfico circular.</i> .....	30
Ilustración 10. <i>Pregunta 7, gráfico circular.</i> .....	31
Ilustración 11. <i>Pregunta 8, gráfico circular.</i> .....	32
Ilustración 12. <i>Pregunta 9, gráfico circular.</i> .....	33
Ilustración 13. <i>Pregunta 10, gráfico circular.</i> .....	34
Ilustración 14. <i>Esquema microentorno PapiGol.</i> .....	36
Ilustración 15. <i>Ubicación.</i> .....	36
Ilustración 16. <i>Esquema macroentorno PapiGol.</i> .....	39
Ilustración 17. Diseño uniforme chef administrador .....	45
Ilustración 18. Diseño uniforme ayudante de cocina.....	46
Ilustración 19. Diseño uniforme personal del área de servicio.....	47
Ilustración 20. Imagotipo PapiGol.....	48
Ilustración 21. Anverso tarjeta de presentación.....	50
Ilustración 22. Reverso tarjeta de presentación .....	50
Ilustración 23. Hoja membretada.....	51
Ilustración 24. Estructura del establecimiento. ....	65

# 1. INTRODUCCION

## 1.1. Resumen ejecutivo

Según encuestas realizadas en el sector, se ha notado que las personas se encuentran sin tener un lugar adecuado o decente para servirse un plato de comida. PapiGol busca crear un ambiente ameno en donde las familias puedan disfrutar de los partidos de la Liga barrial, partidos en vivo de las diferentes ligas del mundo y disfrutar también de juegos familiares, como mini golf, futbolín, dardos, entre otros, mientras se deleitan con productos de calidad. Con la actualidad en la que vive el mundo por la pandemia, es necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para que las personas se sientan seguras, también se entiende que PapiGol no quiere ser un actor pasivo dentro del centro de recreación familiar, por lo que ayuda al mantenimiento y mejoras del lugar para que sea un lugar adecuado para los visitantes mediante una constante investigación, proveyendo comida para servirse y para llevar, así como fuentes de sodas y venta restringida de bebidas alcohólicas. En PapiGol se manejará buenas prácticas de manufactura (BPM). Los platos y bebidas ofrecidos en el restaurante estarán sometidos a diferentes protocolos de seguridad alimentaria con el cumplimiento de todas las leyes y reglamentos del trabajo, priorizando la innovación, y revalorización a la comida rápida dentro del deporte barrial poniendo a la vista del cliente un menú atractivo.

Lo que se busca es posicionar la marca PapiGol en la mente del consumidor poniendo énfasis en la relación con el deporte barrial y la recreación, a través de la difusión de la imagen, productos y servicios a través de investigación aplicada, documental, de campo y de laboratorio en la elaboración de la investigación de mercado.

Las encuestas se las realizó de forma presencial, en donde un fin de semana se encuestó a 100 personas de forma aleatoria que asistieron a la Liga Barrial Rumiñahui, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas en donde se ha sacado las siguientes conclusiones:

La mayoría de gente que está interesada en este tipo de comida, tienen edades entre 16 a 30 años, el 86% manifestaron que si consumen comida rápida. Se llegó a la conclusión de que es de suma importancia la publicidad digital. Está claro que PapiGol debe brindar promociones llamativas y que satisfagan a los clientes y esto se logra desde precios accesibles hasta una buena calidad de A&B, aplica también espacios de recreación familiar que ayudará a mejorar el ambiente del restaurante.

Hay que tener muy en cuenta la formalidad del negocio por lo cual, al momento de constituir nuestra empresa, se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos:

El RUC (Registro Único de Contribuyente) que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria, en este caso el SRI, y valida cualquier actividad económica.

Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA es la entidad pública adscrita al Ministerio de Salud Pública (MSP) que se encarga de controlar y vigilar las condiciones higiénico – sanitarias de los productos de uso y consumo humano, así como también nos ayuda a contar con el permiso de uso de suelo que avala que la infraestructura este apta para el negocio que se requiere y la Patente que nos da la codificación y nombre de la actividad económica social

Para el funcionamiento también necesitamos el permiso de bomberos, esta entidad realiza la inspección de la infraestructura. Con todos los documentos obtenidos en el Municipio se tiene la Licencia Única de Actividades Económicas / LUAE. Se saca el número patronal, esto sirve para afiliar a los trabajadores en el Ministerio de Relaciones Laborales que se encarga de legalizar las contrataciones, y otros permisos necesarios para el funcionamiento.

PapiGol tendrá como una de sus prioridades la reducción de la contaminación del medio ambiente con la utilización de materiales reciclables, además de emplear diferentes tachos de basura categorizados en vidrio, papel, reciclables y residuos.

El establecimiento generará fuentes de empleo fijos sin importar género, cultura o etnia, adicionalmente de la inclusión de proveedores propios del país, también a los mercados del sector en donde se adquirirá la materia prima, ayudando así a la economía del sector.

PapiGol responderá a las necesidades fisiológicas de personas, otorgándoles un establecimiento que genere seguridad y confort y buen ambiente a través de alimentos y bebidas de calidad e instalaciones adecuadas con señaléticas y equipos de seguridad necesarios y adecuados, a los empleados se les capacitará semestralmente, en temas de manipulación de alimentos, así como atención al cliente.

Por último, teniendo en cuenta los análisis tanto de ingresos como de costos, se tiene un total de activos fijos \$2191,26 con los cuales se va a empezar con las labores.

La inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$36043,60 tomando en cuenta los sueldos proyectados que se van a dar.

La empresa va a empezar con un capital Propio de \$11568,03 y con un capital Financiero equivale a la suma de \$24475,57. El total de la Inversión asciende a un valor de \$36043,60.

Realizando los estudios respectivos, establecimos un punto de equilibrio de 23 menús diarios.

Con los datos recopilados, llegamos a la conclusión de que el proyecto es completamente viable, considerando el VAN y el TIR.

## **2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **2.1 Creación de la empresa**

PapiGol surge de la necesidad de brindar productos y servicio de calidad dentro de las ligas del futbol barrial. Cada fin de semana decenas de familias y amigos se reúnen en las canchas a realizar deporte, hay personas que permanecen en estos centros de recreación durante todo el día, sin tener un lugar adecuado o decente para servirse un plato de comida. PapiGol busca crear un ambiente ameno en donde las familias puedan disfrutar de los partidos de la Liga barrial, partidos en vivo de las diferentes ligas del mundo y disfrutar también de juegos familiares, como mini golf, futbolín, dardos, entre otros mientras se deleitan con productos de calidad y deliciosos platos de comida rápida. PapiGol es una microempresa que brinda productos con altos estándares de calidad, así como una gran variedad de platos.

### **2.2 Descripción de la empresa**

#### **2.1.1 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 dentro de una cancha de futbol, atraerá a un número considerado de deportistas, ya que no solo tendrán la opción de hacer deporte sino también de deleitarse con una gran variedad de platos típicos de comida rápida.

Además de ello, es importante que los negocios de cocina vuelvan su mirada a la producción dentro de los centros de recreación, ya que estos lugares llaman a cientos de personas cada fin de semana, quienes aparte de divertirse con familia y amigos necesitan de un lugar llamativo con ambiente ameno y productos de calidad en donde puedan degustar un plato de comida.



### **2.1.2 Características.**

Responsabilidad social: PapiGol restaurante entiende que debido a la situación que atraviesa el mundo y para que esto no vuelva a pasar es necesario y obligatorio crear un protocolo de bioseguridad para que las personas se sientan seguras, también entiende que no es un actor pasivo dentro del centro de recreación familiar, por lo que ayuda al mantenimiento y mejoras del lugar para que sea un lugar adecuado para los visitantes.

Investigación e innovación: PapiGol trabaja en una constante investigación acerca de que platos de comida rápida son típicos dentro de un target de deportistas de todas las edades, investiga la cultura y orígenes de la comida rápida y con estas bases poder realizar innovaciones dentro de la cultura gastronómica de este tipo de comida.

Responsabilidad ambiental: PapiGol es consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo entero, es por eso que 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: sabiendo que la cocina no es solo un acto de elaborar diferentes tipos de comida, sino de poner pasión y un toque extra, PapiGol 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.

### **2.1.3 Actividad.**

PapiGol 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.

### 2.3 Tamaño de la empresa.

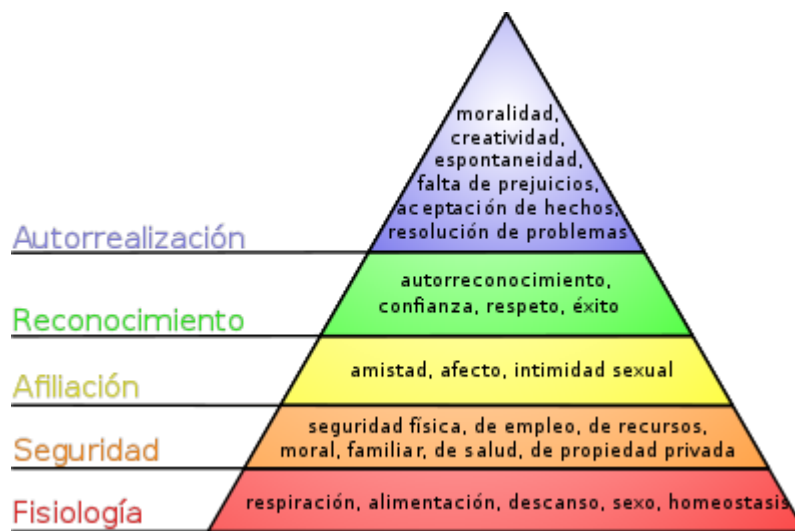
PapiGol es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva, área de producción y almacenamiento, y área de servicio.

La empresa contará con:

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

### 2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



(García, 2020). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de: <https://psicologiyamente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

#### 2.4.1 Necesidad Fisiológica.

Al ser una empresa de alimentos y bebidas, la necesidad fisiológica de alimentación está directamente satisfecha por la empresa.

### **2.4.2 Necesidad de Seguridad.**

Primero 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 guardiana 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.

### **2.4.3 Necesidad Social – Afiliación.**

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. PapiGol 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.

#### 2.4.4 Necesidad de Reconocimiento.

A través de la investigación de la cocina en cuanto a la comida rápida tradicional, 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.

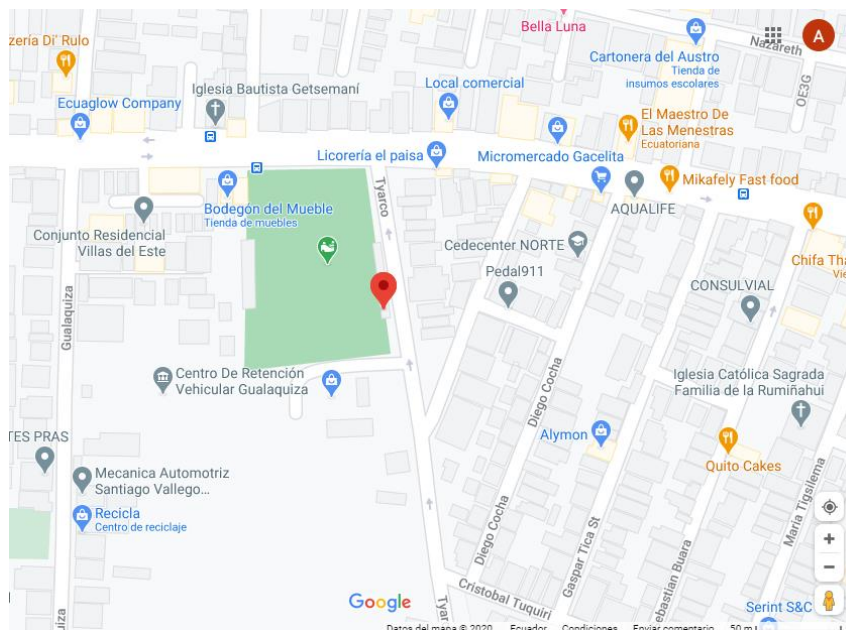
#### 2.4.5 Necesidad de Autorrealización.

PapiGol llegará a ser una empresa reconocida no solo por su gastronomía e innovación de sus platos, sino por su compromiso social dentro del deporte barrial del sector y con sus trabajadores.

### 2.5 Localización de la empresa

PapiGol estará ubicado en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el norte de la ciudad, calles Tyarco y Avenida del Maestro, barrio El Rosario.

Ilustración 2. Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) *Ubicación.* Recuperado de

<https://www.google.com.ec/maps/place/0%C2%B007'26.0%22S+78%C2%B029'24.2%22W/@-0.1239368,-78.491189,18z/data=!4m6!3m5!1s0x91d585692e05ecc9:0x9506191179b6e70!7e2!8m2!3d-0.1238788!4d-78.4900785>

## **2.6 Filosofía empresarial**

### **2.6.1 Misión.**

PapiGol será un restaurante que mediante una minuciosa investigación aplicará procesos de innovación, y revalorización a la comida rápida dentro del deporte barrial, en donde las familias puedan divertirse y a la vez disfruten de platos típicos de comida rápida haciendo uso de productos de primera calidad y un equipo de trabajo altamente capacitado.

### **2.6.2 Visión. (2023)**

Establecerse como un referente de la cadena de comida rápida haciendo énfasis en la relación de PapiGol con el ámbito deportivo de las ligas barriales de Quito, creando sucursales dentro de las mismas.

### **2.6.3 Objetivos.**

- \* Investigar, crear e innovar un número extenso de platos de comida rápida dentro de las ligas barriales.
- \* Capacitar semestralmente a los empleados para ofrecer un servicio y una atención al cliente de alto nivel.
- \* Brindar al comensal una variedad de platos gastronómicos de alta calidad a precios accesibles.

### **2.6.4 Meta.**

Tener un restaurante con temática deportiva, que satisfaga las necesidades de las familias que visitan las ligas barriales cada semana, 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.

### **2.6.5 Estrategias.**

- Estudiar las distintas preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales del sector centrándonos en las familias que asisten cada semana a la cancha de la liga barrial mediante un estudio de mercado.
- Crear un menú atractivo de alimentos y bebidas con temática deportiva en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.
- Proporcionar juegos recreativos para niños y adultos tales como: mini golf, fútbolín, dardos, entre otros, así como también una pantalla gigante para que puedan disfrutar de partidos en vivo de todas las ligas del mundo.

### **2.6.6 Políticas.**

#### ***Los trabajadores.***

- \* 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.***

- \* 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.

### **2.6.7 FODA.**

#### ***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 deportiva a los alrededores de la empresa.
- \* La gran cantidad de personas que llegan cada fin de semana al centro de recreación donde estará ubicado el restaurante.
- \* La gran cantidad de colegios 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 creciente delincuencia nacional a raíz de la emergencia sanitaria.

## **2.7 Desarrollo organizacional**

### **2.7.1 Tipo de Estructura.**

#### ***Diferenciación.***

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

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

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

#### ***Nivel Gerencial.***

- Chef propietario

#### ***Nivel Operativo.***

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



### **2.7.2 Formalización.**

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.

### **2.7.3 Centralización – Descentralización.**

PapiGol centrará sus actividades en las áreas de producción, distribución y recreación; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

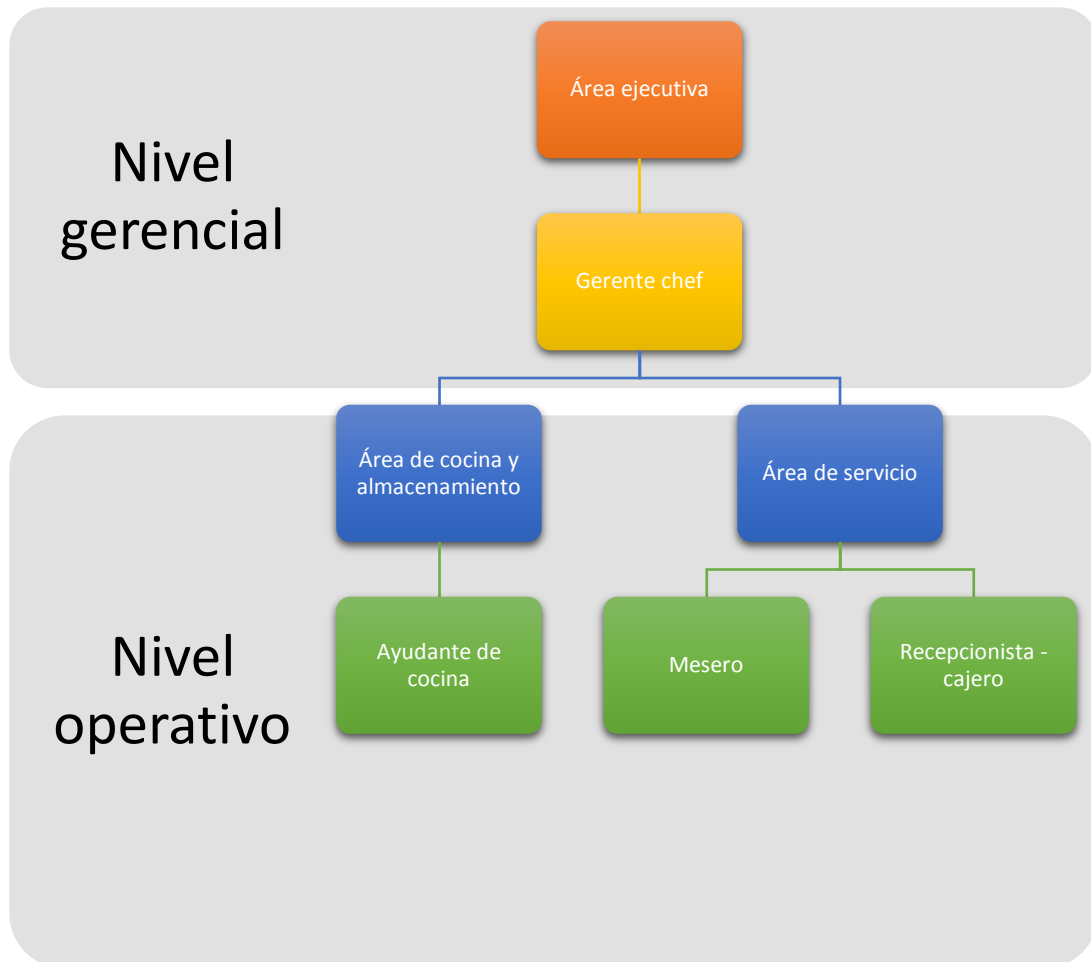
La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

### **2.7.4 Integración.**

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y distribución, 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.

## 2.8 Organigrama empresarial

Ilustración 3. Organigrama empresarial PapiGol



Rojas, J. (2020). *Organigrama empresarial PapiGol*. Quito.

## 2.9 Funciones del personal

### PUESTO DE GERENTE CHEF

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

<b>Empresa</b>	PapiGol
<b>Unidad administrativa</b>	Área ejecutiva.
<b>Misión del puesto</b>	Supervisar las funciones delegadas a los empleados para un eficiente manejo general de todas las áreas, solucionar anomalías e inconvenientes presentados en la empresa, atender las quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, dirigir la cocina y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo para los empleados del establecimiento, compra de materia, preparación de alimentos y presentación del producto final antes de llegar al comensal.
<b>Denominación del puesto</b>	Gerente Chef.
<b>Rol del puesto</b>	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución de alimentos y bebidas.
<b>Remuneración</b>	\$ 550

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente chef

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<p>Tecnólogo en Gastronomía o superior.</p> <p>Al menos un idioma fluido aparte del nativo.</p> <p>De preferencia Inglés.</p>	<p>Mínima 1 1/2 año en el cargo de Gerente-Chef.</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> <p>Meticulosidad.</p> <p>Planificación y organización.</p> <p>Sensibilidad interpersonal.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Tenacidad.</p> <p>Responsabilidad.</p>

Rojas, J. (2020). *Méritos aspectos a considerar, gerente chef*. Quito.

## **PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA**

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

<b>Empresa</b>	PapiGol.
<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>	\$ 400

## Méritos aspectos a considerar

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

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.	Pre-elaboración 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.

Rojas, J.. (2020). *Méritos aspectos a considerar, ayudante de cocina*. Quito.

## **PUESTO DE MESERO**

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

<b>Empresa</b>	PapiGol
<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.
<b>Remuneración</b>	\$ 400

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, 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.

Rojas, J. (2020). *Méritos aspectos a considerar, mesero*. Quito.



## **PUESTO DE CAJERO - RECEPCIONISTA**

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

<b>Empresa</b>	PapiGol.
<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>	\$ 400

## Méritos aspectos a considerar

Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, 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>	Al menos 1 año de experiencia.	<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>

Rojas, J. (2020). *Méritos aspectos a considerar, cajero - recepcionista*. Quito.

### **3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

#### **3.1 Objetivo de mercadotecnia**

Posicionar la marca PapiGol en la mente del consumidor poniendo énfasis en la relación con el deporte barrial y la recreación, 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.

#### **3.2 Investigación de mercado**

PapiGol consideró 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 las ligas barriales 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.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá la empresa, 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.

##### **3.2.1 Modalidad.**

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma presencial, en donde un fin de semana se encuestó a 100 personas de forma aleatoria que asistieron a la Liga Barrial Rumiñahui, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

### 3.3 Plan de Muestreo

En este trabajo existe un universo definido, ya que se realizó antes de la emergencia sanitaria por el (COVID 19), por lo tanto, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, las cuales asisten cada fin de semana a la liga barrial del sector. Se toma en cuenta solo a este target puesto a que este emprendimiento va dirigido a las personas que comparten entre amigos y familia cada fin de semana en este centro de recreación. 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 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{129,654}{1,2954}$$

$$n = 100$$

### 3.4 Análisis de las encuestas

#### Pregunta 1.

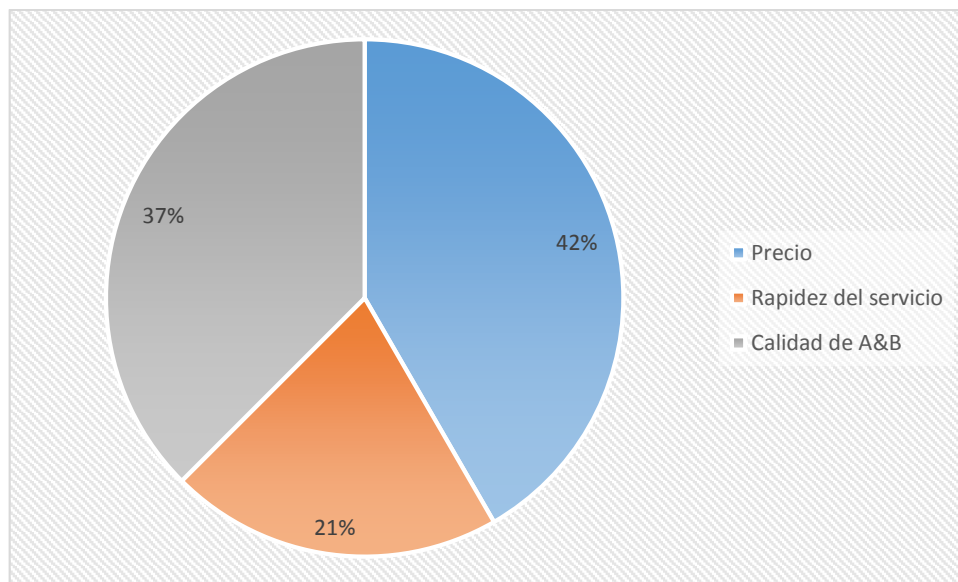
(Ver anexos 1 – 5)

Tabla 5. Pregunta 1

¿A qué categoría de edad pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
15 o menos	13	13
16 - 20	17	17
21 - 25	30	30
26 - 30	26	26
31 o mas	14	14
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). ¿A qué categoría de edad pertenece?. Quito.

Ilustración 4. Pregunta 1, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). Pregunta 1, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** Los encuestados manifestaron en su mayoría que son jóvenes de 21 y 25 años, pero un balance general da como resultado de que en su gran mayoría son jóvenes de entre 16 a 30 años, 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 PapiGol.

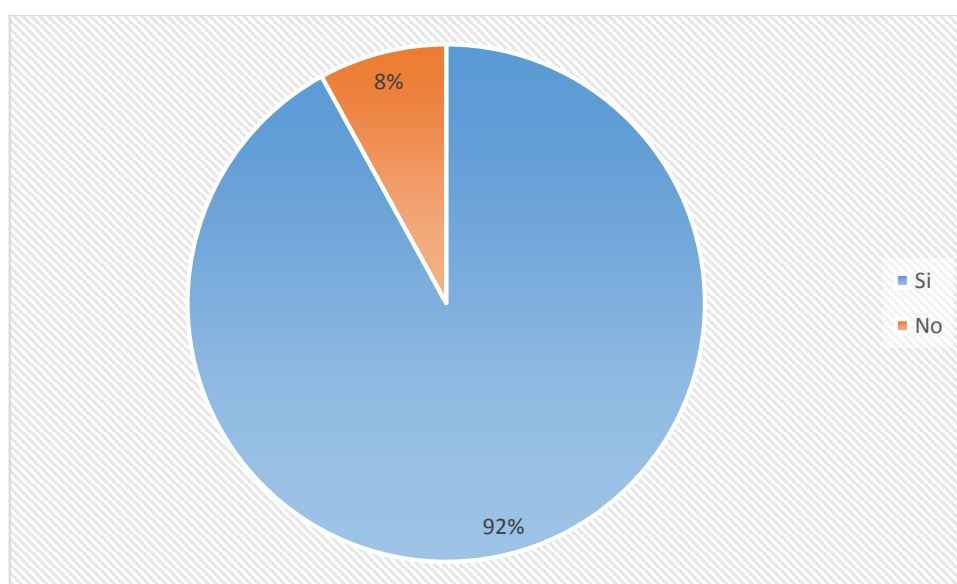
## Pregunta 2.

Tabla 6. Pregunta 2.

¿Consume comida rápida?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	86	86
No	14	14
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). *¿Consume comida rápida?.* Quito.

Ilustración 5. Pregunta 2, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). *Pregunta 2, gráfico circular.* Quito.

**Análisis:** De los 100 encuestados el 86% manifestaron que, si consumen comida rápida, esto es de gran aporte para la empresa, ya que siendo un restaurante de comida rápida quiere decir que en su mayoría consumirían nuestros productos.

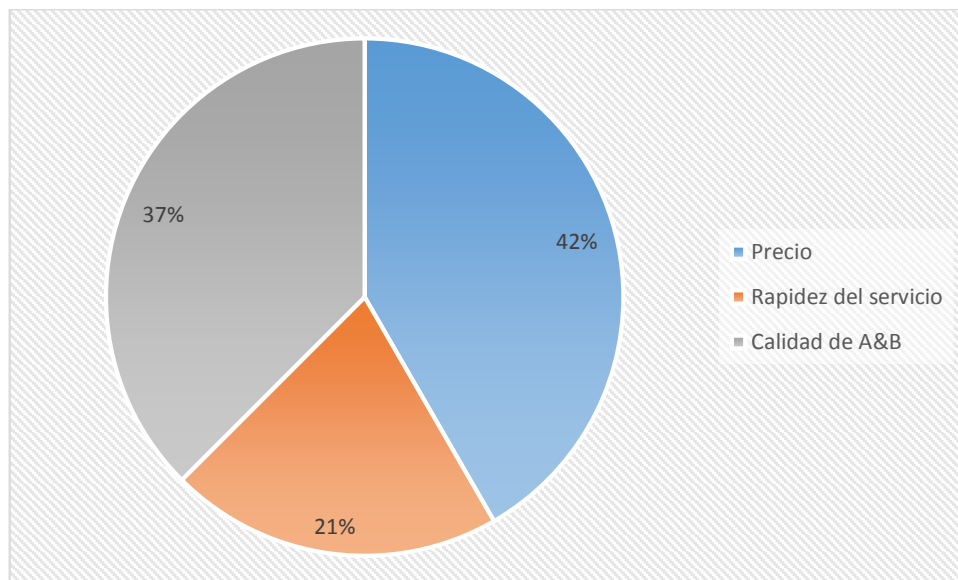
### Pregunta 3.

Tabla 7. Pregunta 3

¿Con qué frecuencia consume comida rápida semanalmente?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 - 2 veces	23	23
3 - 4 veces	35	35
5 o más veces	42	42
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). ¿ Con qué frecuencia consume comida rápida semanalmente?. Quito.

Ilustración 6. Pregunta 3, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). Pregunta 3, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** De los 100 encuestados en su gran mayoría respondió que consumen comida rápida 5 o más veces por semana, esto ayuda a PapiGol a atraer clientes potenciales cada semana.

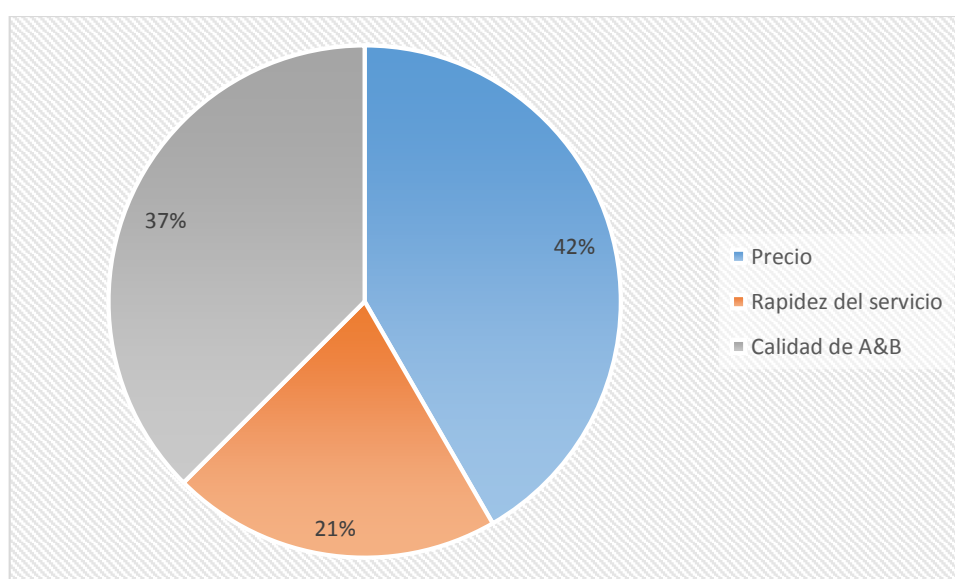
#### Pregunta 4.

Tabla 8. Pregunta 4

¿Los miembros de su familia también consumen comida rápida?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	59	59
No	41	41
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). ¿ Los miembros de su familia también consumen comida rápida?. Quito.

Ilustración 7. Pregunta 4, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). Pregunta 4, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** De los 100 encuestados el 59% 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 PapiGol, 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 de la empresa.



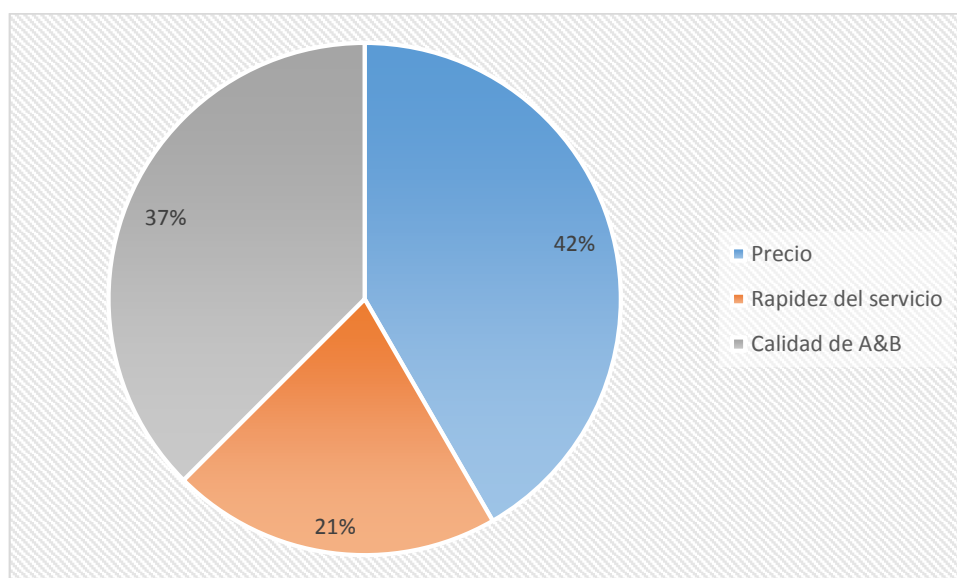
## Pregunta 5.

Tabla 9. Pregunta 5

¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	75	75
No	25	25
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). *¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales?.* Quito.

Ilustración 8. Pregunta 5, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). Pregunta 5, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** De los 100 encuestados el 75% 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.

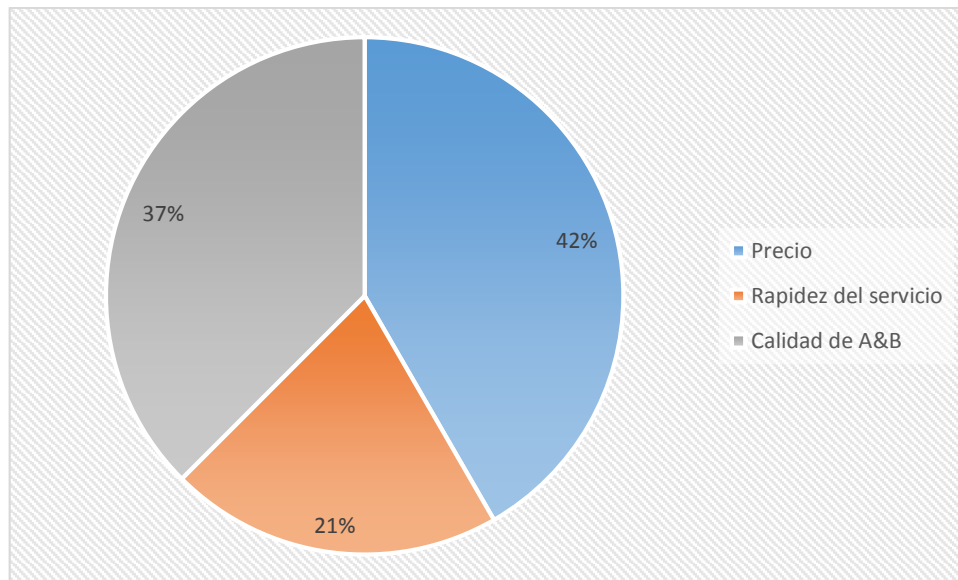
## Pregunta 6.

Tabla 10. Pregunta 6

¿Cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
\$ 10	20	20
\$ 15	16	16
\$ 20	44	44
\$25 o mas	20	20
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). *¿ cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?*. Quito.

Ilustración 9. Pregunta 6, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). *Pregunta 6, gráfico circular*. Quito.

**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.

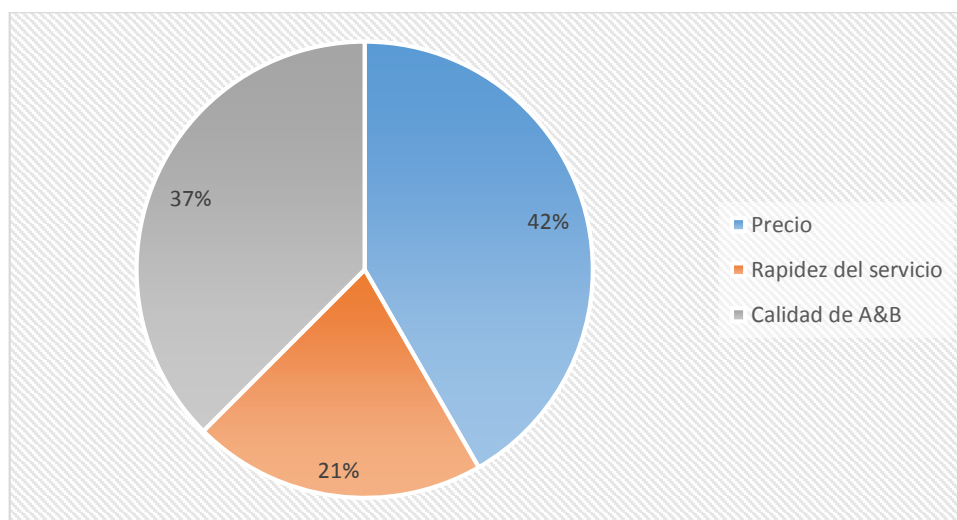
## Pregunta 7.

Tabla 11. Pregunta 7

¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	76	76
No	24	24
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?. Quito.

Ilustración 10. Pregunta 7, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). Pregunta 7, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** De los 100 encuestados un 76% estaría dispuesto a cambiar su establecimiento de comida rápida favorita por otro que brinde unas mejores promociones, con este porcentaje, está claro que PapiGol debe brindar promociones llamativas y que satisfagan a los clientes.

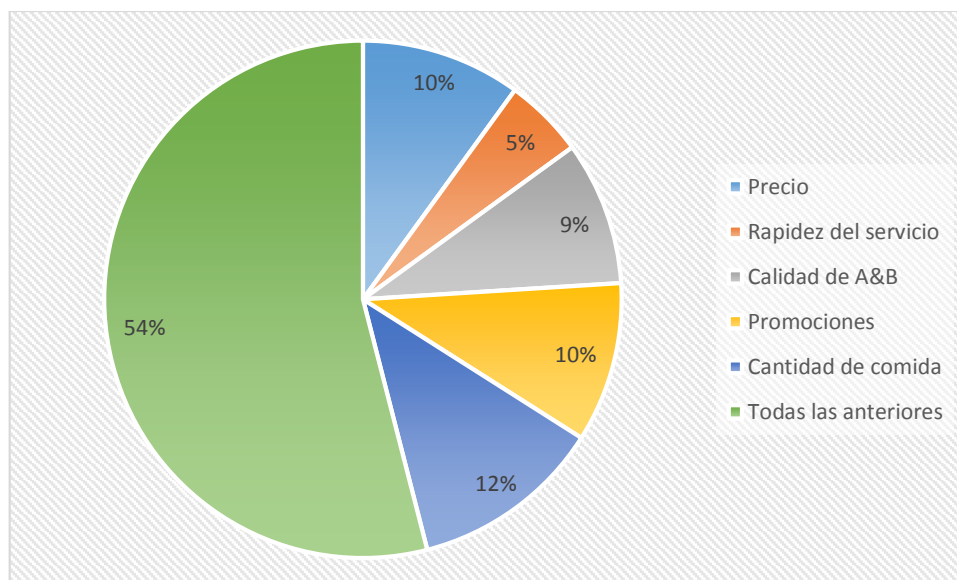
## Pregunta 8.

Tabla 12. Pregunta 8

¿Qué es lo que más valora al ir a comer a un lugar de comida rápida?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Precio	10	10
Rapidez del servicio	5	5
Calidad de A&B	9	9
Promociones	10	10
Cantidad de comida	12	12
Todas las anteriores	54	54
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?. Quito.

Ilustración 11. Pregunta 8, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). Pregunta 8, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** De todos los encuestados en su gran mayoría prefieren un establecimiento donde se combine todo, desde precios accesibles hasta una buena calidad de A&B, esto indica que PapiGol debe trabajar en un bienestar general para satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes

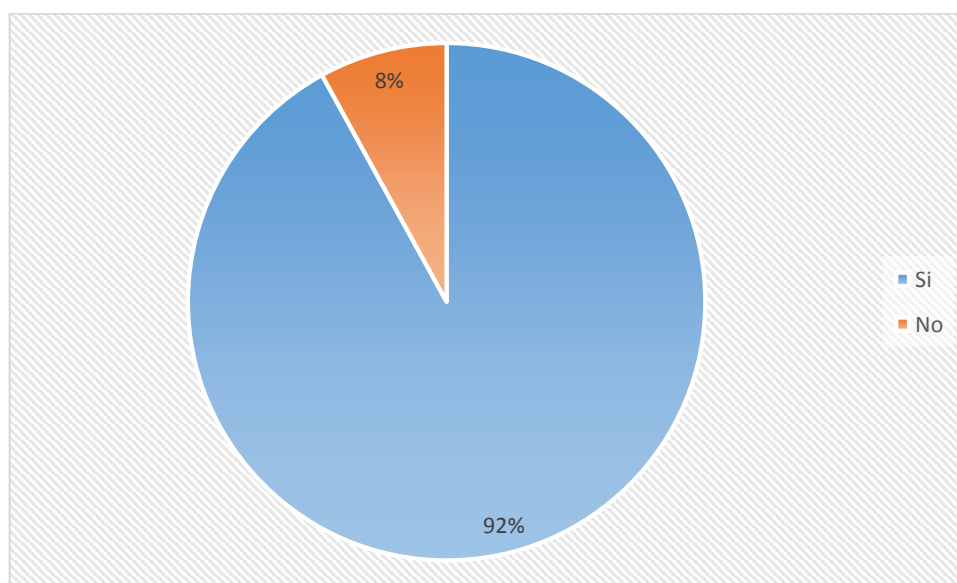
## Pregunta 9.

Tabla 13. Pregunta 9

¿Le gustaría a usted que exista un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	92	92
No	8	8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Rojas, J. (2020). *¿ Vería con buenos ojos un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial?.* Quito.

Ilustración 12. Pregunta 9, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). *Pregunta 9, gráfico circular.* Quito.

**Análisis:** Casi el 100% de los encuestados estarían de acuerdo con la existencia de un local de comida rápida dentro del centro de recreación, esto da luz verde para que PapiGol se establezca como restaurante dentro de esta liga barrial.

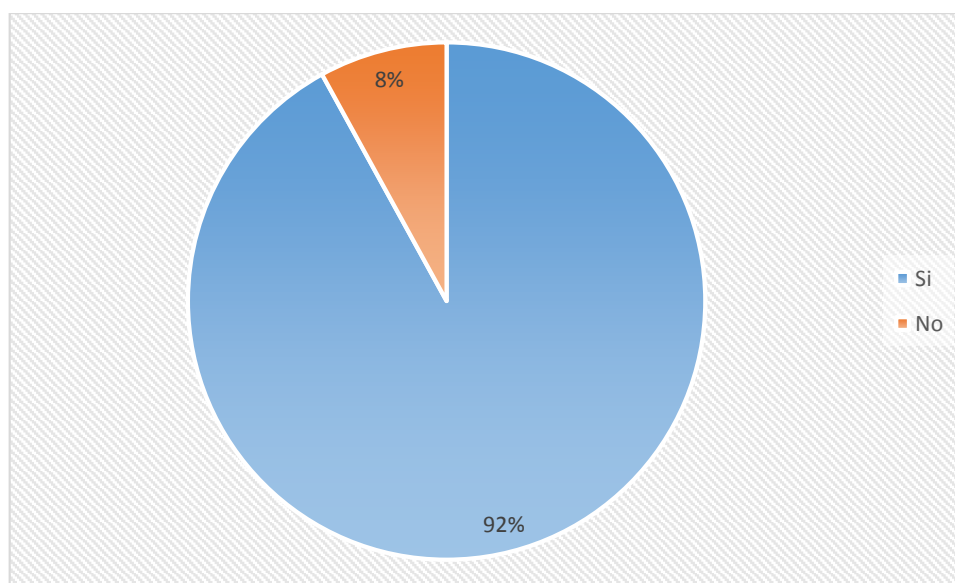
## Pregunta 10.

Tabla 14. Pregunta 10

¿Visitaría un local de comida rápida que se encuentre dentro de la Liga Barrial en donde además de servir comida exista varios mini juegos para grandes y pequeños, tales como: futbolín, mini golf, dardos, entre otros?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	92	92
No	8	8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Tabla 15. Rojas, J. (2020). ¿ Visitaría un local de comida rápida que se encuentre dentro de la Liga Barrial en donde además de servir comida exista varios mini juegos para grandes y pequeños, tales como: futbolín, mini golf, dardos, entre otros?. Quito.

Ilustración 13. Pregunta 10, gráfico circular.



Rojas, J. (2020). Pregunta 10, gráfico circular. Quito.

**Análisis:** Tal como la pregunta anterior casi el 100% de los encuestados estarían dispuestos a visitar un local de comida rápida dentro del centro de recreación en donde aparte de comida, se brinde también un servicio de recreación familiar mientras esperan sus pedidos.

### **3.4.1 Análisis General.**

Como primer punto se puede concluir que el target al que va dirigido la empresa son jóvenes de entre 21 a 30 años de edad los cuales visitan regularmente la liga barrila del sector, 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 5 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.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante para PapiGol manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia regional con otras marcas de comida rápida.

Se puede observar que las personas encuestadas gastan un valor considerable de dinero en el consumo de este tipo de productos, así como también recalcan la importancia de las promociones que ofrezcan estos establecimientos que ayuden al ahorro y beneficio del cliente. Pero el precio accesible y las promociones no son todo lo que busca el cliente, un excelente servicio, rapidez en el mismo, calidad de los productos de A&B, así como la cantidad de comida que lleve el plato son también puntos fundamentales para que el cliente se sienta satisfecho con la empresa y se vuelva fiel a la misma.

Lo más importante que se pudo analizar es la acogida que pueda tener un local de comida rápida dentro de la liga barrial del sector, y para buena fortuna de PapiGol el porcentaje de aceptación llega casi al 100%.

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





- **Competencia directa.**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a encontrarse PapiGol, 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.

En la Avenida del Maestro y Diego Cocha existe un local de comida rápida llamado “Mikafely Fast Food” en el cual se pudo observar que venden limitados platos de comida rápida.

- **Competencia indirecta.**

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar PapiGol.

En la calle Gualaquiza se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

- Pizzeria Di’ Rulo en donde venden solamente lo que es pizza.

En la Avenida del Mestro se encuentran dos establecimientos que son considerados como competencia indirecta.

- El Masestro De Las Menestras, local que vende menestras y almuerzos.
- Chifa Thang Long, local donde se vende comida vietnamita.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró un solo sustituto, es el micro mercado Gacelita, ubicado en la Avenida del Maestro y Diego Cocha. 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.

- **Proveedores.**

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

Tabla 15. *Proveedores.*

<b>Tabla de proveedores</b>		
<b>Materia prima</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Fiabilidad y beneficios</b>	<b>Producto</b>
Avitalsa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Varios años de experiencia en el mercado</li> <li>• Facilidades de pago (crédito)</li> <li>• Entrega al establecimiento.</li> </ul>	Pollos, Alitas de pollo.
Supermercado Santa María	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos.</li> <li>• Productos de calidad.</li> <li>• Establecimientos extensos.</li> </ul>	Embutidos, bebidas, aliños.
Carnicería “Coronel”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carnes locales</li> <li>• Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria</li> <li>• Entrega al establecimiento.</li> </ul>	Cárnicos.
Panificadora Ambato	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de productos.</li> <li>• Entrega al establecimiento.</li> <li>• Facilidad de pago.</li> <li>• Responsables.</li> </ul>	Variedad de panes.
Mercado de la Ofelia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos locales</li> <li>• Precios bajos</li> </ul>	Vegetales, papas.

Rojas, J. (2020). *Proveedores.* Quito.

- **Intermediarios.**

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

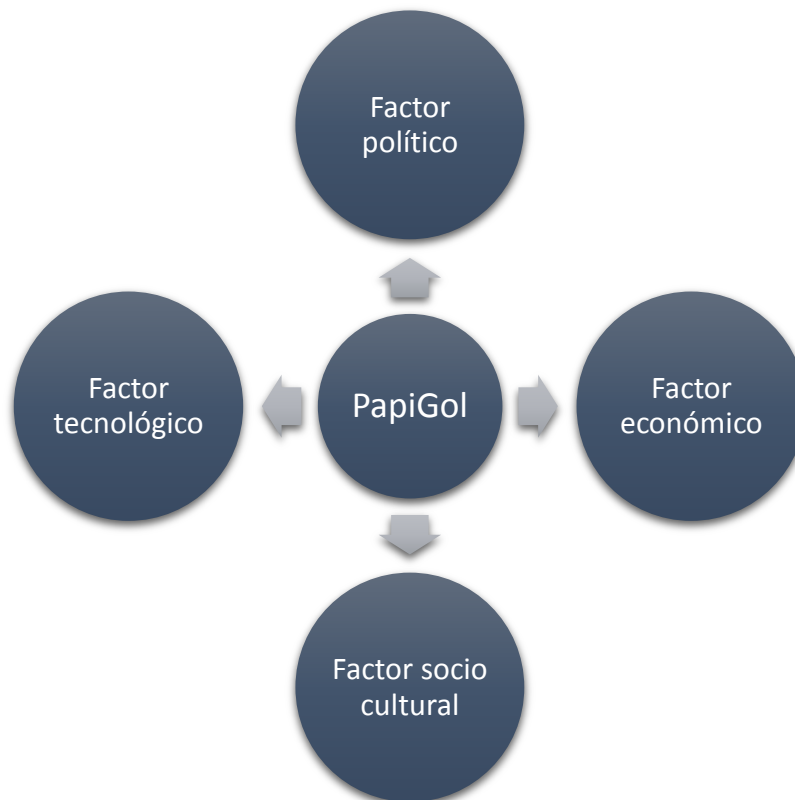
- **Clientes.**

PapiGol es una empresa dirigida a familias y grupos de amigos que visitan la liga barrial del sector cada fin de semana, con el fin de deleitarse con una variedad de platos de comida rápida mientras disfrutan de los partidos de futbol.

### 3.5.2 Macroentorno

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

Ilustración 16. *Esquema macroentorno PapiGol.*



Rojas, J. (2020). *Esquema macroentorno PapiGol.* Quito.

- **Factor Político.**

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. Por otro lado, también están sujetos al control del ARCSA y al Ministerio de Salud Pública que emite regulaciones en cuanto a la inocuidad alimentaria y a las BPM. Debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas están bajo una estricta vigilancia sanitaria, el MINTUR, ARCSA y el MSP han emitido un manual de contingencia sanitaria que deben ser adoptadas por restaurantes y cafeterías hasta nuevo aviso. PapiGol realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para los negocios de restauración, estando también a la expectativa de lo que pueda pasar y cambiar en los próximos meses, ya que el Ecuador está cerca de las elecciones para su nuevo gobierno.

- **Factor Económico.**

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 causó 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 PapiGol 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 Sociocultural.**

En cuanto a este factor PapiGol 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 A&B servidos en el restaurante, para con esto resaltar la cultura ecuatoriana.

La tradición que tienen familias y amigos de juntarse cada fin de semana en la liga barrial del sector para hacer deporte, ha influido en la creación del concepto de la temática deportiva para PapiGol.

- **Factor Tecnológico.**

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. PapiGol trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes, cabe mencionar que también trabajará con maquinaria tecnológica avanzada para agilizar la producción de los productos de A&B.

### **3.6. Producto y servicio**

PapiGol es un restaurante dedicado a la elaboración de comida rápida tradicional, 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, PapiGol también ofrece servicio de delivery (entrega a domicilio) y takeaway (servicio para llevar).

#### **3.6.1 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 PapiGol, 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.

#### **3.6.2 Producto real.**

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

- Alitas BBQ, un plato típico tradicional en la cadena de comida rápida, acompañadas de papas fritas no hay nada que se le iguale.
- Hamburguesa, otro de los platos típicos en esta cadena de comida, existen varios tipos: simple, doble, mixta, entre otros.
- Michelada, cuando se habla de comida rápida, no se puede dejar de lado a esta bebida tradicional con la que la mayoría de las personas acompañan su plato favorito.

### **3.6.3 Características.**

Para la elaboración de cada uno de los platos de PapiGol 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.

### **3.6.4 Calidad.**

Para la elaboración de los productos se tiene en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados minuciosamente dentro de la empresa, 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.

### **3.6.5 Estilo.**

PapiGol maneja un estilo deportivo, tratando de fusionar a la comida rápida con la recreación, el local tendrá una temática deportiva, así como los nombres de los platos, en cuanto al producto en sí, la presentación será llamativa en base al deporte, mostrando con esto una manera diferente de ver y disfrutar la comida. El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano” o “empatado”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

### **3.7 Marca.**

PapiGol es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso Papi viene a hacer referencia con la papa, ingrediente principal dentro de la comida rápida, y Gol hace referencia al fútbol, como se había mencionado anteriormente, PapiGol es una empresa que busca dar un ambiente diferente, un ambiente de distracción y diversión, PapiGol hace énfasis en la relación de la comida rápida con los centros de recreación. Con este nombre PapiGol da la bienvenida a todas esas personas amantes del deporte que estén dispuestos a experimentar una nueva y novedosa aventura al probar los productos elaborados en el establecimiento.

#### **3.7.1 Producto aumentado.**

Lo que diferencia a PapiGol de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan deleitarse de un plato de comida puedan observar uno o dos partidos de fútbol, además de tener la oportunidad de divertirse con los diferentes mini-juegos con los que dispone mientras esperan sus pedidos, PapiGol también brinda precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para visitar este lugar.



### 3.8 Plan de introducción al mercado

#### 3.8.1 Distintivos y Uniformes

##### 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

Ilustración 17. Diseño uniforme chef administrador

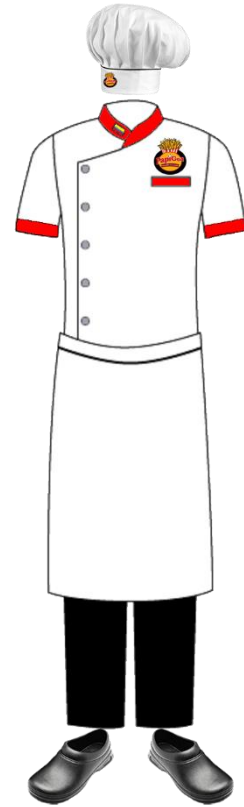


Rojas, J. (2020). Diseño uniforme chef administrador. Quito.

- **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.

Ilustración 18. Diseño uniforme ayudante de cocina.



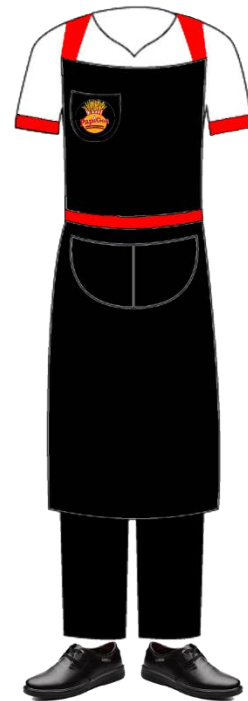
Rojas, J. (2020). Diseño uniforme ayudante de cocina. Quito.

### **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.

Ilustración 19. Diseño uniforme personal del área de servicio.



Rojas, J. (2020). Diseño uniforme, personal del área de servicio. Quito.

### 3.8.2 Materiales de identificación.

#### Imagotipo.

Ilustración 20. Imagotipo PapiGol.



Rojas, J. (2020). Imagotipo PapiGol.

Elementos a destacar:

- La caja con papas fritas representando la comida rápida.
- Los balones de futbol representan la temática deportiva del establecimiento.
- El logotipo del establecimiento “PapiGol”
- El eslogan del restaurante “Las papitas de la cancha”
- Los colores usados:
  - \* Color negro de fondo.
  - \* Color rojo, este color aumenta el deseo de comer.
  - \* Amarillo, este color induce a comer rápido.
  - \* Blanco para resaltar las letras.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre la comida rápida y la temática deportiva, donde destacan las papas fritas y el balón de futbol.

## Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 21. Anverso tarjeta de presentación



Rojas, J. (2020). Anverso tarjeta de presentación. Quito.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del chef administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 22. Reverso tarjeta de presentación



Rojas, J. (2020). Reverso tarjeta de presentación. Quito.

## Hoja membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa 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 presentada a continuación:

Ilustración 23. Hoja membretada



Rojas, J. (2020). Hoja membretada. Quito.

### **3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas**

El canal de distribución y punto de venta físico de PapiGol es su establecimiento ubicado en la ciudad de Quito, en la calle Tyarco y Av. Del Maestro.

- **Promoción.**

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



- **Financiamiento.**

Tabla 16. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$3.33
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$10.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$13.33</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$160.00</b>

Rojas, J. (2020). Financiamiento publicidad. Quito.

### 3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo PapiGol, 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, sobretodo 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 PapiGol 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 PapiGol es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

### **3.9 Fijación de Precios**

#### **3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.**

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
- 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 BBQ con papas fritas.
- Hamburguesa con papas fritas.
- Michelada.

- **Alitas BBQ con papas fritas**

Tabla 17. Alitas BBQ con papas fritas, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Alitas BBQ con papas fritas.		<b>Código:</b> 001	
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	17/12/2020		<b>Chef:</b> Jorge Rojas	
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Alas de pollo	gr	\$4.75	200	\$0.95
Papa Única Pera	gr	\$0.90	100	\$0.09
Sal	gr	\$0.60	8	\$0.005
Comino	gr	\$4.10	5	\$0.205
Pimienta	gr	\$3.65	5	\$0.018
Paprika	gr	\$5.60	5	\$0.028
Azúcar morena	gr	\$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>\$ 2,16</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$ 0,22</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$ 2,38</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$ 0,36</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$ 0,79</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>\$ 1,07</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$ 0,29</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>\$ 1,07</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$ 5,96</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$ 0,72</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$ 0,60</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 7,27</b>			

Rojas, J. (2020). Alitas BBQ con papas fritas, receta estándar de costos, Quito.

- **Hamburguesa con papas fritas.**



Tabla 18. Hamburguesa con papas fritas, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Hamburguesa con papas fritas	<b>Código:</b> 002		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	17/12/2020	<b>Chef:</b> Jorge Rojas		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Pan	unidad	\$1.82 (8unid)	1	\$0.2275
Carne	g	\$4.35	100	\$0.435
Queso Cheddar	unidad	\$3.00 (25unid)	1	\$0.12
Lechuga	g	\$4.00	8	\$0.032
Tomate riñón	g	\$1.30	12	\$0.0156
Cebolla perla	g	\$1.50	5	\$0.01
Papa única pera	g	\$0.90	100	\$0.0075
Sal	g	\$0.60	5	\$0.003
Pimienta	g	\$1.60	5	\$0.008
Aceite	g	\$1.30	550	\$0.751
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$1.6096</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$0.1610</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$1.7706</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$0.2656</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0.5901</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>\$0.7968</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$0.2125</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>\$0.7968</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$4.4322</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0.5319</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0.4432</b>
<b>Total</b>	<b>\$5.4073</b>			

Rojas, J. (2020). Hamburguesa con papas fritas, receta estándar de costos. Quito.

- **Michelada.**



Tabla 19. Michelada, receta estándar de costos.

		<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN</b>		
		<b>RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS</b>		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	Michelada	<b>Código:</b> 003		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	17/12/2020	<b>Chef:</b> Jorge Rojas		
<b>INGREDIENTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO (KG)</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Cerveza	ml	\$1.05 (750ml)	750	\$1.05
Limón	unidad	\$1.00 (20unid)	1	\$0.05
Sal	g	\$0.60	3	\$0.0018
Pimienta	g	\$1.60	3	\$0.0048
Tabasco	ml	\$1.90 (100ml)	3	\$0.0057
Salsa inglesa	ml	\$1.10 (100ml)	5	\$0.0055
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	<b>\$1.1178</b>
			<b>10% imprevistos</b>	<b>\$0.1118</b>
			<b>Total neto</b>	<b>\$1.2296</b>
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	<b>\$0.1677</b>
			<b>Factor costo 33,33%</b>	<b>\$0.3726</b>
			<b>M.O. 45%</b>	<b>\$0.5030</b>
			<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$0.1341</b>
			<b>45% utilidad</b>	<b>\$0.5030</b>
			<b>Subtotal</b>	<b>\$2.9100</b>
			<b>12% IVA</b>	<b>\$0.3492</b>
			<b>10% servicio</b>	<b>\$0.2910</b>
<b>Total</b>	<b>\$3.5502</b>			

Rojas, J. (2020). Michelada, receta estándar de costos. Quito.

- **Alitas BBQ con papas fritas**

Tabla 20. Alitas BBQ con paspas fritas Receta estándar de producción.

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Alitas BBQ con papas fritas						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
200	g	Alas de pollo	Lavado		Con piel			
100	g	Papa Única Pera	Lavada		Peladas y picadas			
8	g	Sal	-		-			
5	g	Comino	.		-			
5	g	Pimienta	-		-			
5	g	Paprika	-		-			
50	g	Azúcar morena	-		-			
75	ml	Coca Cola	Temperatura ambiente		-			
500	ml	Aceite	-		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Mezclar en un bowl todos los aliños (sal, comino, pimienta, paprika, azúcar morena y la coca cola).						
		2. Colocar las alas en la mezcla y dejar maridar por 2 horas.						
		3. Colocar en un pírex y mandarlas a hornear a 180°C por 40 minutos.						
		4. Para la salsa BBQ licuamos todo el aliño utilizado en la maridacion de las alas, llevamos a hervir a fuego lento, agregamos un poco más de azúcar y coca cola. (opcional agregar maicena para espesar.						
		5. Por último, se fríen las papas y se sirven junto con las alitas BBQ.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
300	520	-	23.62	28.78	8.62	200	529	-

- **Hamburguesa con papas fritas**



Tabla 21. Hamburguesa con papas fritas. Receta estándar de producción.

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Hamburguesa con papas fritas						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
1	unidad	Pan	Fresco		-			
100	g	Carne	Cadena de frío		Molida			
1	unidad	Queso Cheddar	Refrigerado		Laminado			
8	g	Lechuga	Refrigerado		-			
12	g	Tomate riñón	Lavado		Rodelas			
5	g	Cebolla perla	Lavada		Aros			
100	g	Papa única pera	Lavada		Peladas y picadas			
5	g	Sal	-		-			
5	g	Pimienta	-		-			
550	g	Aceite	-		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Sazonar la carne molida con sal y pimienta, realizar la forma de hamburguesa de 100gr cada una.						
		2. Freír en una plancha junto con el aro de cebolla.						
		3. Abrir el pan y colocar los ingredientes, poner salsas al gusto y servir con papas fritas.						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
250	350.24	-	16.56	19.54	29.87	56	547	-

Rojas, Jorge. (2020). Plato fuerte, receta estándar de producción. Quito

- **Michelada**

Tabla 22. Michelada. Receta estándar de producción.

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		Michelada						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL			
750	ml	Cerveza	Refrigerada		-			
1	unidad	Limón	Lavado		-			
3	g	Sal	-		-			
3	g	Pimienta	-		-			
3	ml	Tabasco	-		-			
5	ml	Salsa inglesa	-		-			
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Mezclar la sal, pimienta, limón, tabasco y salsa inglesa en un recipiente pequeño.						
		2. Mojar el borde del vaso con limón para escarcharlo con sal y pimienta.						
		3. Verter la mezcla anteriormente realizada y posteriormente la cerveza.						
		4. Decorar el vaso con una rodela de limón y listo.						
Porción (ml)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
750	610	-	1.79	4.34	33.04	2.4	349	1.7

Rojas, J. (2020). Postre, receta estándar de producción. Quito.



### 3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local.**

Tabla 23. Arriendo del local.

<b>ARRIENDO DEL LOCAL</b>		
<b>Pago Mensual</b>	<b>Pago Semestral</b>	<b>Pago Anual</b>
\$200	\$1200	\$2400

Rojas, J. (2020). Arriendo del local. Quito.

- **Equipos industriales.**

Tabla 24. Equipos industriales

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Freidora con plancha para hamburguesas	1	\$280.00	\$280.00
Picadora de papa gruesa	1	\$38.00	\$38.00
Refrigerador Indurama Ri-395	1	\$419.99	\$419.99
Licadora Oster 450W	1	\$49.99	\$49.99
Tanque de gas 30kg	1	\$51.80	\$51.80
Balanza digital	2	\$8.48	\$16.96
<b>TOTAL</b>			<b>\$856.74</b>

(ver anexos 6 - 10)

Rojas, J. (2020). Equipos industriales. Quito.

- **Equipos de computación.**

Tabla 25. Equipos de computación

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop HP Core I5	1	\$575.00	\$575.00
Impresora EPSON Stylus	1	\$35.00	\$35.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$610.00</b>

(ver anexo 11 – 12)

Rojas, J. (2020). Equipos de computación.

- **Muebles y enseres.**

Tabla 26. Muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Butakon de plástico	8	\$4.41	\$35.28
Butakon grande de plástico	6	\$11.30	\$67.80
Mesa Madeira	3	\$39.98	\$119.94
Estantería metálica	2	\$45.00	\$90.00
Mesa de acero inoxidable	1	\$120.00	\$120.00
Panera redonda	12	\$2.23	\$26.76
Vaso 325ml	15	\$0.99	\$14.85
Tabla de picar grande	2	\$15.00	\$30.00
Set de chuchillos (9 piezas)	2	\$19.99	\$39.98
Bowls acero inoxidable (set 5 piezas)	3	\$25.99	\$77.97
Recipiente grande con tapa	10	\$1.59	\$15.90
Recipiente mediano con tapa	10	\$1.04	\$10.40
Recipiente pequeño con tapa	10	\$0.90	\$9.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$657.88</b>

(ver anexo 13 – 21)

Rojas, J. (2020). Muebles y enseres. Quito.

- **Equipos industriales de seguridad.**

Tabla 27. Equipos industriales de seguridad

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$18.00	\$18.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14.00
Detector de gas GLP	1	\$24.64	\$24.64
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
<b>TOTAL</b>			\$66.64

(ver anexo 22 – 23) Rojas, J. (2020). Equipos industriales de seguridad. Quito.

- **Suministros de oficina.**

Tabla 28. Suministros de oficina.

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Papel bond, 1 resma	1	\$3.40	\$3.40
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	1	\$0.45	\$0.45
<b>TOTAL</b>			\$21.04
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$252.48

(ver anexo 24) Rojas, J. (2020). Suministros de oficina. Quito.

- **Servicios básicos.**

Tabla 29. Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pago Mensual</b>
Agua	\$10.00
Luz	\$10.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$5.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$35.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$420.00</b>

Rojas, J. (2020). Servicios básicos. Quito.

- **Materiales de limpieza.**

Tabla 30. Materiales de limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3.50
Trapeador	1	\$7.00	\$7.00
Cloro 1 Gal	1	\$4.95	\$4.95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$12.00
Fibra/lustre	1	\$0.90	\$0.90
Esponja lavaplatos	2	\$1.40	\$2.80
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1.75
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.40	\$2.80
Pala	1	\$2.50	\$2.50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1.00	\$4.00
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
<b>TOTAL</b>			<b>\$64.69</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$776.28</b>

(ver anexo 25)

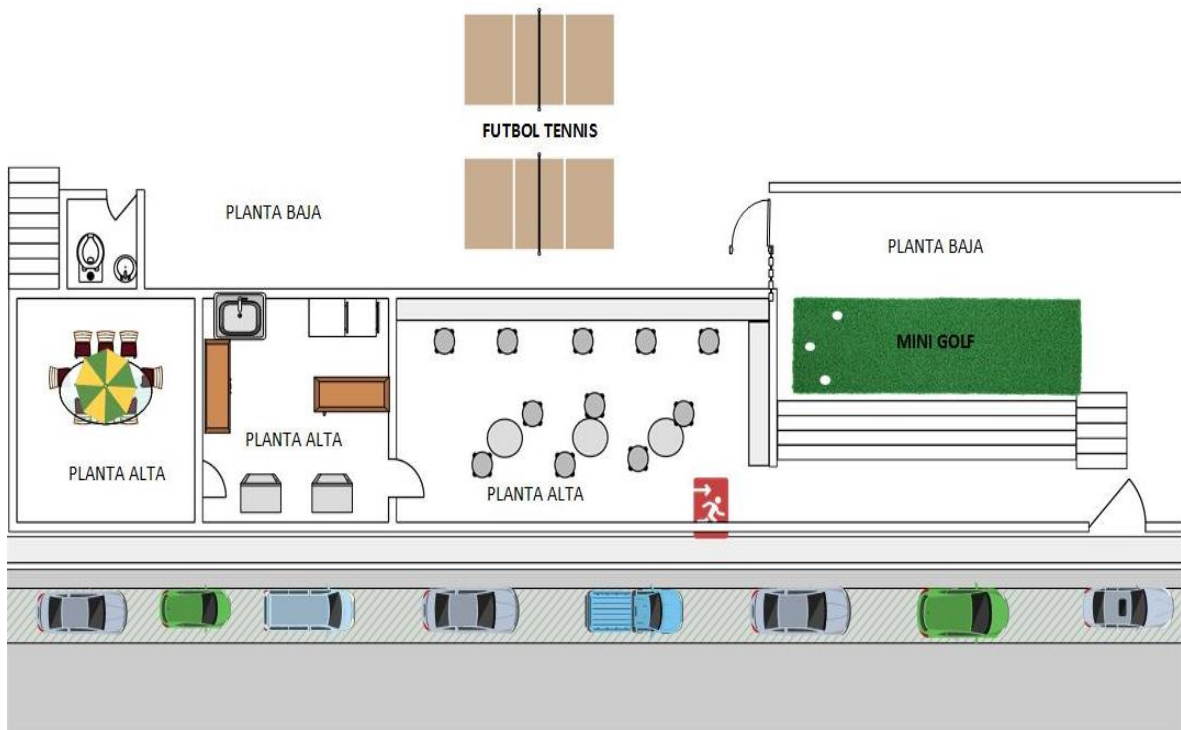
Rojas, J. (2020). Materiales de limpieza. Quito.

### 3.11 Estudio arquitectónico

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 (20 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. Como se puede observar, se agregaron espacios físicos para los diferentes juegos en donde los clientes se pueden divertir.

#### Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 24. Estructura del establecimiento.



Rojas, J. (2020). Estructura del establecimiento. Quito.

## 4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Para mantener la formalidad del negocio de restauración, este requiere ajustarse a su lugar de implantación por lo que se necesita tener los siguientes documentos y/o permisos:

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

### **RUC (Registro Único de Contribuyente)**

Tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. (SRI, S/F)

Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos. (SRI, S/F).

Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas

Se necesita:

- \* Copia de cédula.
- \* Papeleta de votación.
- \* Formulario de la actividad a la que vamos a pertenecer.
- \* Se estipula si es persona natural o jurídica.
- \* Natural: una sola persona.
- \* Jurídica: sociedades.

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

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa), es la entidad pública adscrita al Ministerio de Salud Pública (MSP) que se encarga de controlar y vigilar las condiciones higiénico – sanitarias de los productos de uso y consumo humano, además de brindar servicios que facilitan la obtención de permisos de funcionamiento y Notificaciones Sanitarias. (Arcsa, S/F)

Se necesita para este permiso:

- \* RUC.
- \* Carnets ocupacionales.
- \* Plano arquitectónico (escala de 1 a 30 de la infraestructura).
- \* Foto de la fachada.
- \* Cédula y papeleta de votación vigentes.
- \* Curso de manipulación de alimentos.
- \* Llenar formulario en página del ARCSA.

### **Carnet ocupacional**

- \* Examen de sangre, heces y orina.
- \* Control médico.
- \* Foto tamaño carnet.
- \* \$ 0.50 ctvs.

- **Municipio de Quito**

El Municipio se encarga de entregar los siguientes documentos:

- \* **Línea de fábrica:** documento que informa mediciones exactas del plano arquitectónico y del terreno.
- \* **Permiso de suelo:** permiso que avala que la infraestructura este apta para el negocio que se requiere.
- \* **Patente:** codificación y nombre de la actividad económica social.

Dentro de esto esta:

- \* El permiso de bomberos realiza la inspección de la infraestructura.
- \* RUC.
- \* Copia de cédula y papeleta de votación.
- \* Permiso de rotulación.
- \* Foto de la fachada y rótulo (si es de madera, metal, colores, etc).

**Inspección del Cuerpo de Bomberos:**

- \* Infraestructura interna y externa que sea segura.
- \* Terreno (firme).
- \* Cocina, ductos, cañerías, etc.
- \* Tuberías de agua potable de color verde, de color rojo para hidrantes y cisternas. De color amarilla tuberías de gas.
- \* Luz eléctrica, cables con canaletas
- \* Recomendaciones de señalética.
- \* Plan de contingencia. Es un documento de planificación a futuro para la prevención de riesgos naturales, como antrópicos (daño ocasionado por el ser humano).

Con todos los documentos obtenidos en el Municipio se tiene la Licencia Única de Actividades Económicas / LUAE.



- **Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS**

Se saca el número patronal, esto sirve para afiliar a los trabajadores y se necesita:

- \* Papeleta de votación.
- \* RUC (copia).
- \* Cédula de identidad.

El tener número patronal obliga a pagos puntuales con sus respectivos aportes a los trabajadores.

- **Ministerio de Relaciones Laborales**

Se encarga de legalizar las contrataciones de los trabajadores como también la salida de los mismos.

- **SAYCE**

Somos una sociedad de gestión colectiva, cuyo objetivo primordial es proteger y administrar los derechos económicos resultantes de la utilización de las obras musicales de autores nacionales y extranjeros, constituimos una entidad jurídica de derecho privado, sin fines de lucro, capaz de ejercer derechos, contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente en el ámbito nacional e internacional. (Sayce, S/F)

**Valores a cancelar:**

➤ **Los restaurantes, cevicherías, picanterías, grilles y similares.**

Por difusión pública de obras administradas por SAYCE, abonarán anualmente, de acuerdo al siguiente detalle:

- De lujo, el equivalente al 45% de un Salario Básico Unificado;
- De primera, el equivalente al 36% de un Salario Básico Unificado;
- De segunda, el equivalente al 27% de un Salario Básico Unificado;
- De tercera y cuarta categoría, al 18% de un Salario Básico Unificado.

Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo al numeral 39. (Sayce, S/F)

➤ **Fuentes de soda, cafeterías, heladerías y similares.**

Por difusión pública de obras administradas por SAYCE, pagarán anualmente de acuerdo al siguiente detalle:

- De lujo, el equivalente al 27% de un Salario Básico Unificado;
  - De primera el equivalente al 18% de un Salario Básico Unificado;
  - De segunda, el equivalente al 14% de un Salario Básico Unificado;
  - De tercera y cuarta categoría, el equivalente al 7% de un Salario Básico Unificado.
- (Sayce, S/F)

## 5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

### 5.1. Objetivo de área.

El objetivo principal de los impactos ambientales es mitigar, controlar y compensar los daños que se puedan ocasionar al medio ambiente, intentando reducir o eliminar los efectos negativos que pueden llegar a producir el establecimiento.

El impacto social se verá reflejado en la comunidad en donde se encuentra PapiGol (familias y amigos que hacen deporte cada fin de semana en la Liga Barrial del sector), dando como resultado aspectos positivos o negativos por los efectos que produce las actividades que se desarrollen en el establecimiento.

PapiGol tendrá como una de sus prioridades la reducción de la contaminación del medio ambiente con la utilización de materiales reciclables, además de emplear diferentes tachos de basura categorizados en vidrio, papel, reciclables y residuos que estén colocados tanto en la cocina como en la entrada del establecimiento que este a la vista de los clientes para reducir la contaminación del lugar.

### 5.2. Impacto ambiental

#### Identificación de posibles impactos ambientales.

- **Contaminación por basura:** desechos generados por clientes y/o empleados al entrar o salir del establecimiento como puede ser, fundas, papeles, colillas de cigarro, botellas, etc.
- **Desperdicio de agua:** sin un control adecuado a la hora de utilizar este elemento en las diferentes actividades dentro del establecimiento existirá un desperdicio inadecuado, excesivo e irresponsable.
- **Contaminación en agua por equipos de limpieza:** la limpieza del establecimiento tanto en cocina, baños y comedor se realiza con productos químicos que produce agua residual, que sin un correcto sistema de tuberías provocara contaminación al medio ambiente.
- **Consumo de electricidad:** al ser un establecimiento que permanecerá atendiendo la mayor parte del día, el uso de luz será excesiva por todos los equipos que se utilizan dentro del establecimiento.

- **Contaminación por desechos producidos en la cocina:** los desechos y residuos generados dentro de la cocina sin un correcto manejo pueden causar contaminación, generando así bacterias y plagas.

#### **Medidas para contrarrestar impactos encontrados.**

- Para la cocina, área de clientes y afueras del establecimiento se contará con diferentes tachos para facilitar la clasificación de basura, residuos y desechos producidos.
- Una correcta conexión de tubería destinada al alcantarillado evitando fugas que puedan causar contaminación por aguas grises.
- Utilización de productos reciclables.
- Contar con contenedores para depositar el aceite ya utilizado.
- Rejillas en lavabos para retener residuos de comida y evitar que estos ingresen a las tuberías.
- Focos ahorradores de energía para controlar el uso excesivo de luz.

#### **5.3. Impacto social.**

##### **Generar fuentes de trabajo.**

El establecimiento generará fuentes de empleo fijos sin importar género, cultura o etnia, adicionalmente de la inclusión de proveedores propios del país, también a los mercados del sector en donde se adquirirá la materia prima para elaborar los productos en PapiGol, ayudando así a la economía del sector.

##### **Mejoramiento de nivel de ingresos.**

PapiGol al generar nuevas fuentes de trabajo, genera también ingreso económico hacia sus colaboradores y proveedores, al adquirir materia prima para la producción en PapiGol, genera ingresos a mercados, supermercados, entre otros.

##### **Igualdad y equidad**

PapiGol abrirá las puertas a todas las personas que quieran trabajar en el establecimiento sin importar el género, si son jóvenes, personas mayores o personas con

discapacidad siempre y cuando cumplan con los requerimientos, normas y políticas del restaurante. Todos los colaboradores obtendrán los mismos derechos y beneficios.

**Satisfacción de una necesidad social prioritaria.**

PapiGol responderá a las necesidades fisiológicas de personas, otorgándoles un establecimiento que genere seguridad y confort y buen ambiente a través de alimentos y bebidas de calidad e instalaciones adecuadas con señaléticas y equipos de seguridad necesarios y adecuados para cualquier tipo de emergencia que pueda presentarse.

A los empleados se les capacitará semestralmente, en temas de manipulación de alimentos, así como atención al cliente, se les brindará incentivos por su buen trabajo, esto ayudará a que los empleados estén comprometidos en desarrollar un buen trabajo, un ambiente laboral en todas las áreas, y lo más importante que será, el satisfacer a nuestros clientes.

## 6. PROCESO FINANCIERO

### 6.1. Introducción

En el presente capítulo se detallará el análisis financiero del proyecto en cuestión donde se permitirá definir si es o no factible la elaboración del mismo, desde el punto de vista económico, dando a su vez la pauta de iniciación de este proyecto.

### 6.2. Inversiones

Encontramos como inversión en una empresa a los **Activos Fijos:** que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$2191,26.

Tabla 31. Inversiones

<b>INVERSIONES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	0
vehículo	0
Equipos Ind./ seguridad	923,38
Equipos de Computación	610
Muebles - enseres	657,88
Total	2191,26

Rojas, J. (2021). Inversiones. Quito.

### 6.3. Activos diferidos

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$500, esto corresponde a pagos para la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, entre otros.

Tabla 32. Activos diferidos.

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitución	\$500

Rojas, J. (2021). Inversiones. Quito.

#### 6.4. Capital de trabajo

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

A continuación, se detalla una tabla en donde se puede observar los recursos a utilizarse en el transcurso de un año de trabajo.

Tabla 33. Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	24917
Servicios Básicos	420
material oficina	252,48
material limpieza	776,28
servicio auto	0
alquiler local	2400
publicidad	160
adquisición de materia prima	1000
gastos financieros	3.426,58
TOTAL INVERSION	33352.34

Rojas, J. (2021). Capital de trabajo. Quito.

Tabla 34. Detalle de inversiones

Activos Fijos.	2191,26
Activo Diferido.	500
Capital de Trabajo.	33352,34
Total Inversión	36043,60

Rojas, J. (2021). Detalle de inversiones. Quito.

La inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$36043,60.

## 6.5. Sueldos

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

Tabla 35. Sueldos

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS EMP.</b>	<b>IESS EMPRESA</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
Gerente chef	550	6600	623,7	801,9	6778,2
Ayudante de cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Cajero / Recepcionista	400	4800	453,6	583,2	4929,6
<b>TOTAL</b>	<b>1750</b>	<b>21000</b>	<b>1984,5</b>	<b>2551,5</b>	<b>21567</b>

Rojas, J. (2021). Sueldos. Quito.

Tabla 36. Décimos

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>DECIMO 4°</b>	<b>DECIMO 3°</b>	<b>TOTAL DECIMOS</b>
Gerente chef	550	400	550	950
Ayudante de cocina	400	400	400	800
Mesero	400	400	400	800
Cajero / Recepcionista	400	400	400	800
<b>TOTAL</b>	<b>1750</b>	<b>1600</b>	<b>1750</b>	<b>3350</b>

Rojas, J. (2021). Décimos. Quito.

Tabla 37. Sueldos totales

<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>TOT. DECIMOS</b>	<b>TOT. ANUAL</b>
<b>21567</b>	<b>3350</b>	<b>24917</b>

Rojas, J. (2021). Sueldos totales. Quito.

El total de sueldo anual a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$24917



## 6.6. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes de la empresa.

Tabla 38. Depreciación de activos fijos.

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
		% DEPRECIACIÓN	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Equipos Ind.	923,38	10%	92,338
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	610	33,33%	203,313
Muebles y Enseres	657,88	10%	65,788
			361,44

Rojas, J. (2021). Depreciacion de activos fijos. Quito.

## 6.7. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$100, ya que el monto por constitución equivale a \$500.

Tabla 39. Amortizaciones.

<b>AMORTIZACIONES</b>			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	500	20%	100

Rojas, J. (2021). Amortizaciones. Quito.

## 6.8. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** con la suma de \$11568,03 que equivale a una estructura del 32%; costo 13% (incluido riesgo país) con una tasa de descuento de 4,2 %; por otra parte el **Capital Financiero** equivale a la suma de \$24475,57 con una estructura del 68%, el costo 14 % que otorga el 9,5% de tasa de descuento; con un **Total Inversión** de \$36043,60 que en la suma absoluta nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa

mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,7% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 40. Estructura de capital.

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>					
		<b>Estructura</b>	<b>Costo</b>	<b>TD</b>	
Capital Propio	11568,03	32%	13%	4,2%	
Capital Financiero	24475,57	68%	14%	9,5%	
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>36043,60</b>	<b>100%</b>		<b>13,7%</b>	<b>TMAR</b>

Rojas, J. (2021). Estructura de capital. Quito.

## 6.9. Tabla de amortización

Tabla 41. Tabla de amortización.

<b>MONTO</b>	24475,57			
<b>TASA</b>	14%			
<b>PLAZO</b>	5			
<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>PAGO INTERES</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
0	-	-	-	24475,57
1	7129,33	3.426,58	3.702,75	20.772,82
2	7129,33	2.908,19	4.221,14	16.551,68
3	7129,33	2.317,24	4.812,10	11.739,59
4	7129,33	1.643,54	5.485,79	6.253,80
5	7129,33	875,53	6.253,80	0,00
		11.171,08		
<b>2912,84</b>		<b>INTERES ANUAL</b>		3.426,58
		<b>INTERES SEMESTRAL</b>		1713,29

Rojas, J. (2021). Tabla de amortización. Quito.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de \$24475,57 con una tasa del 14 % en un plazo de cinco años; lo que conlleva al pago de \$11171,08 que corresponde al pago de interés y a su vez el pago capital de 24475,57 que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

## 6.10. Punto de equilibrio

Tabla 42. Datos punto de equilibrio.

Materia prima	83,33
Arriendo	200
Sueldos	2076,42
Ser. Básicos	35
	<b>2394,75</b>

Rojas, J. (2021). Datos punto de equilibrio. Quito.

Tabla 43. Margen de contribución

Precio	5,96	
Costo	2,16	
Ganancia	3,80	<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>

Rojas, J. (2021). Margen de contribución. Quito.

Tabla 44. Punto de equilibrio.

<b>PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>			
PE=	630		
Menús de venta	630		
Venta diaria	21,0		
<b>VENTA</b>	630	5,96	3756,0
<b>COSTO</b>	630	2,16	1361,2
<b>GASTO</b>			2394,75
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

Rojas, J. (2021). Punto de equilibrio. Quito.

Tabla 45. Ventas/costo proyectados

1200	7152	85824	ventas
1200	2502	31104	costo

Rojas, J. (2021). Ventas/costo. Quito.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta  $21,0 = 21$  menús para no llegar a la quiebra, mientras que si se vende  $40,00 = 40$  menús diarios, es decir 1200 menús al mes se lograra tener buena rentabilidad.

### 6.11. Costo de ventas

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

Tabla 46. Flujo de ventas.

<b>FLUJODE VENTAS</b>						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		85824,00	88407,30	91068,36	93809,52	96633,19
COSTO DE VENTAS		31104,00	32040,23	33004,64	33998,08	35021,42
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		54720,00	56367,07	58063,72	59811,44	61611,76
GASTOS ADMINISTRATIVOS		24917,00	25667,00	26439,58	27235,41	28055,20
SERVICIOS BASICOS		420,00	432,64	445,66	459,08	472,90
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		1028,76	1059,73	1091,62	1124,48	1158,33
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		2400,00	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27
PUBLICIDAD		160,00	164,82	169,78	174,89	180,15
DEPRECIACIONES		361,44	361,44	361,44	361,44	361,44
AMORTIZACIONES		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
UTILIDAD OPERATIVA		25332,80	26109,21	26908,98	27732,83	28581,48
GASTOS FINANCIEROS		3426,58	2908,19	2317,24	1643,54	875,53
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		21906,22	23201,01	24591,75	26089,29	27705,95
BASE IMPOSITIVA		7941,01	8410,37	8914,51	9457,37	10043,41
UTILIDAD NETA		13965,22	14790,65	15677,24	16631,92	17662,54

Rojas, J. (2021). Flujo de ventas. Quito.

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 \$13965,22 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$17662,54.

## 6.12. Flujo de caja

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

Tabla 47. Flujo de caja.

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		25332,80	26109,21	26908,98	27732,83	28581,48
DEPRECIACION		361,44	361,44	361,44	361,44	361,44
AMORTIZACION		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
- BASE IMPOSITIVA		7941,01	8410,37	8914,51	9457,37	10043,41
- GASTOS FINANCIEROS		3426,58	2908,19	2317,24	1643,54	875,53
- PAGO CAPITAL		3.702,75	4.221,14	4.812,10	5.485,79	6.253,80
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	36043,60	10.723,90	11.030,95	11.326,58	11.607,57	11.870,18

Rojas, J. (2021). Flujo de caja. Quito.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$10723,90, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$11870,18.

## 6.13. Cálculo del TIR y el VAN

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

### 6.13.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión (-); el van es bueno cuando es mayor a cero (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 3595,56

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

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

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 16,84 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 3,16% con el TMAR.

Tabla 48. VAN/TIR.

VAN	3.595,56
TIR	16,84%
TMAR	13,68%

Rojas, J. (2021). Flujo de caja. Quito.

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

- La empresa Papigol, puede llegar a ser una empresa rentable en el tiempo, ya que satisface las necesidades de los clientes, al ofrecer servicio de comida rápida con una calidad superior al promedio, además de que se le ofrece al público espacios recreacionales en donde pueden pasar un momento ameno y tranquilo en el transcurso de su consumo.
- La rentabilidad del proyecto es muy grande, y se espera un retorno de capital en un lapso de poco tiempo, por lo cual, puede llegar a ser un negocio que, de forma permanente, pueda proveer a las personas de un lugar tranquilo para alimentarse.
- La comida rápida se ha convertido en una alternativa de consumo muy viable para todas las personas ya que, debido al tiempo de ocupación que la gente tiene, con sus trabajos y demás obligaciones, se convierte en una alternativa eficaz para saciar el hambre, lo cual amplía el mercado objetivo.
- La idea de por sí es innovadora, con una temática interesante para el medio en el que nos desenvolvemos, ya que, en la ciudad de Quito, no hay una gran cantidad de locales de comida rápida con temática deportiva y que cuente con actividades al aire libre, de recreación para pasar un buen rato.

### **7.2. Recomendaciones**

- Lo primero que debe tener un local en los tiempos en los que estamos viviendo, es la adaptabilidad, Papigol debe adaptarse a cada eventualidad que recaiga en el medio local o a nivel mundial, como es el caso de la actual pandemia que ha afectado a cada uno de los negocios a su manera.
- Enfocarse de manera más amplia en las nuevas tecnologías, es una responsabilidad de la empresa, sobre todo con la utilización del internet, ya que se ha convertido en una herramienta indispensable para llegar a más gente con la idea que quieres transmitir, es un espacio donde las oportunidades son numerosas, y, por lo tanto, con tantos locales de comida rápida en los alrededores, esta herramienta se convierte en el mejor aliado.
- Ser amigable con el medio ambiente es una tendencia que ha ido creciendo con el pasar de los años, ya que la sociedad está evolucionando hacia una mentalidad

mucho más colectiva, en donde la responsabilidad ambiental es un factor del que se habla más que en anteriores momentos, las empresas tienen que enfocarse en estos nuevos ideales de los clientes para llegar a más personas.

### **7.3. Bibliografía**

- Arcsa. (S/F). <https://www.controlsanitario.gob.ec>. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-una-institucion-que-mejora-continuamente-su-servicio-de-atencion-al-usuario/#:~:text=La%20Agencia%20Nacional%20de%20Regulaci%C3%B3n,que%20facilitan%20la%20obtenci%C3%B3n%20de>
- Sayce. (S/F). <https://sayce.com.ec/>. Obtenido de <https://sayce.com.ec/tarifas-sayce/por-comunicacion-publica/tarifas-sector-alojamiento-alimentos-y-bebidas/>
- Sayce. (S/F). <https://sayce.com.ec/>. Obtenido de <https://sayce.com.ec/#:~:text=Somos%20una%20sociedad%20de%20gesti%C3%B3n,capaz%20de%20ejercer%20derechos%2C%20contraer>
- SRI. (S/F). <https://www.sri.gob.ec>. Recuperado el 29 de Diciembre de 2020, de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>



## 7.4. Anexos

- Anexo 1

ENCUESTA

Responder la siguiente encuesta con total seriedad y veracidad, ya que esto ayudará a la implementación de un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial del sector.

- ¿A qué categoría de edad pertenece?
  - 15 o menos
  - 16-20
  - 21-25
  - 26-30
  - 31 o mas
- ¿Consumes comida rápida?
  - Si
  - No
- ¿Con qué frecuencia consumes comida rápida semanalmente?
  - 1-2 veces
  - 3-4 veces
  - 5 o más veces
- ¿Los miembros de su familia también consumen comida rápida?
  - Si
  - No
- ¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales?
  - Si
  - No

- ¿Cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?
  - \$10
  - \$15
  - \$20
  - \$25 o mas
- ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?
  - Si
  - No
- ¿Qué es lo que más valora al ir a comer a un lugar de comida rápida?
  - Precio
  - Rapidez del servicio
  - Calidad de A&B
  - Promociones
  - Cantidad de comida
  - Todas las anteriores
- ¿Le gustaría a usted que exista un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial?
  - Si
  - No
- ¿Visitaría un local de comida rápida que se encuentre dentro de la Liga Barrial en donde además de servir comida exista varios mini juegos para grandes y pequeños, tales como: fútbol, mini golf, dardos, entre otros?
  - Si
  - No

- Anexo 2

ENCUESTA

Responder la siguiente encuesta con total seriedad y veracidad, ya que esto ayudará a la implementación de un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial del sector.

- ¿A qué categoría de edad pertenece?
  - 15 o menos
  - 16-20
  - 21-25
  - 26-30
  - 31 o mas
- ¿Consumes comida rápida?
  - Si
  - No
- ¿Con qué frecuencia consumes comida rápida semanalmente?
  - 1-2 veces
  - 3-4 veces
  - 5 o más veces
- ¿Los miembros de su familia también consumen comida rápida?
  - Si
  - No
- ¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales?
  - Si
  - No

- ¿Cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?
  - \$10
  - \$15
  - \$20
  - \$25 o mas
- ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?
  - Si
  - No
- ¿Qué es lo que más valora al ir a comer a un lugar de comida rápida?
  - Precio
  - Rapidez del servicio
  - Calidad de A&B
  - Promociones
  - Cantidad de comida
  - Todas las anteriores
- ¿Le gustaría a usted que exista un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial?
  - Si
  - No
- ¿Visitaría un local de comida rápida que se encuentre dentro de la Liga Barrial en donde además de servir comida exista varios mini juegos para grandes y pequeños, tales como: fútbol, mini golf, dardos, entre otros?
  - Si
  - No

• Anexo 3

**ENCUESTA**

Responder la siguiente encuesta con total seriedad y veracidad, ya que esto ayudará a la implementación de un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial del sector.

- ¿A qué categoría de edad pertenece?
  - 15 o menos
  - 16-20
  - 21-25
  - 26-30
  - 31 o mas
- ¿Consumes comida rápida?
  - Si
  - No
- ¿Con qué frecuencia consumes comida rápida semanalmente?
  - 1-2 veces
  - 3-4 veces
  - 5 o más veces
- ¿Los miembros de su familia también consumen comida rápida?
  - Si
  - No
- ¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales?
  - Si
  - No
- ¿Cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?
  - \$10
  - \$15
  - \$20
  - \$25 o mas
- ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?
  - Si
  - No
- ¿Qué es lo que más valora al ir a comer a un lugar de comida rápida?
  - Precio
  - Rapidez del servicio
  - Calidad de A&B
  - Promociones
  - Cantidad de comida
  - Todas las anteriores
- ¿Le gustaría a usted que exista un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial?
  - Si
  - No
- ¿Visitaría un local de comida rápida que se encuentre dentro de la Liga Barrial en donde además de servir comida exista varios mini juegos para grandes y pequeños, tales como: ¿fútbol, mini golf, dardos, entre otros?
  - Si
  - No

• Anexo 4

**ENCUESTA**

Responder la siguiente encuesta con total seriedad y veracidad, ya que esto ayudará a la implementación de un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial del sector.

- ¿A qué categoría de edad pertenece?
  - 15 o menos
  - 16-20
  - 21-25
  - 26-30
  - 31 o mas
- ¿Consumes comida rápida?
  - Si
  - No
- ¿Con qué frecuencia consumes comida rápida semanalmente?
  - 1-2 veces
  - 3-4 veces
  - 5 o más veces
- ¿Los miembros de su familia también consumen comida rápida?
  - Si
  - No
- ¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales?
  - Si
  - No
- ¿Cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?
  - \$10
  - \$15
  - \$20
  - \$25 o mas
- ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?
  - Si
  - No
- ¿Qué es lo que más valora al ir a comer a un lugar de comida rápida?
  - Precio
  - Rapidez del servicio
  - Calidad de A&B
  - Promociones
  - Cantidad de comida
  - Todas las anteriores
- ¿Le gustaría a usted que exista un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial?
  - Si
  - No
- ¿Visitaría un local de comida rápida que se encuentre dentro de la Liga Barrial en donde además de servir comida exista varios mini juegos para grandes y pequeños, tales como: ¿fútbol, mini golf, dardos, entre otros?
  - Si
  - No

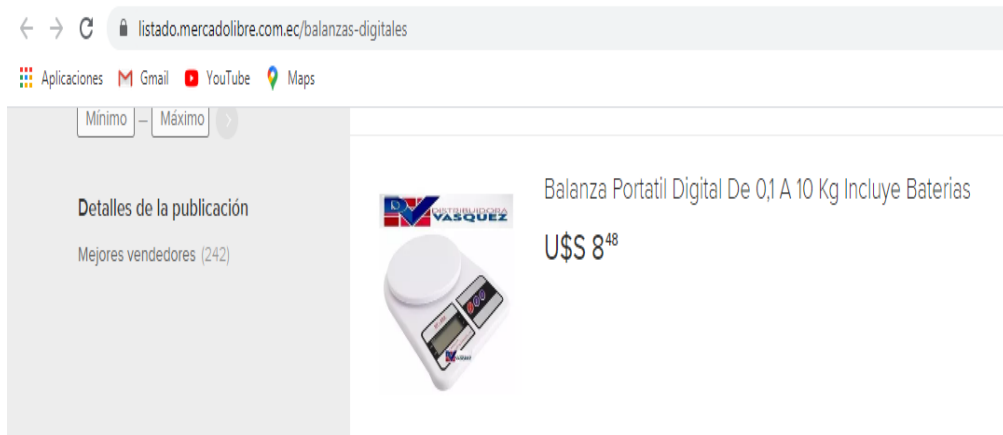
- Anexo 5

**ENCUESTA**

Responder la siguiente encuesta con total seriedad y veracidad, ya que esto ayudará a la implementación de un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial del sector.

1. ¿A qué categoría de edad pertenece?
  - 15 o menos
  - 16 - 20
  - 21 - 25
  - 26 - 30
  - 31 o mas
2. ¿Consumes comida rápida?
  - Si
  - No
3. ¿Con qué frecuencia consumes comida rápida semanalmente?
  - 1 - 2 veces
  - 3 - 4 veces
  - 5 o más veces
4. ¿Los miembros de su familia también consumen comida rápida?
  - Si
  - No
5. ¿Alguna vez su hábito de compra ha sido influenciado por las promociones de cadenas de comida rápida en las redes sociales?
  - Si
  - No
6. ¿Cuánto dinero gasta en comprar comida rápida por semana?
  - \$10
  - \$15
  - \$20
  - \$25 o mas
7. ¿Cambiarías tu establecimiento preferido por otro que brinde excelentes promociones?
  - Si
  - No
8. ¿Qué es lo que más valora al ir a comer a un lugar de comida rápida?
  - Precio
  - Rapidez del servicio
  - Calidad de A&B
  - Promociones
  - Cantidad de comida
  - Todas las anteriores
9. ¿Le gustaría a usted que exista un local de comida rápida dentro de la Liga Barrial?
  - Si
  - No
10. ¿Visitaría un local de comida rápida que se encuentre dentro de la Liga Barrial en donde además de servir comida exista varios mini juegos para grandes y pequeños, tales como: ¿fútbol, mini golf, dardos, entre otros?
  - Si
  - No

- Anexo 6





- Anexo 9



compraecuador

2 colores

**U\$S 49<sup>99</sup>**

Oster Licuadora 450 Watts Vaso Vidrio  
1.5 L 6tz All-metal

The image shows a white Oster blender with a clear glass pitcher filled with fruit. To the left of the blender are three circular attachments: a standard blade, a tamper, and a whisk. The base has a control panel with several buttons. The text 'compraecuador' is visible on the front of the base.

- Anexo 10



**indurama**  
Modelo  
RI - 395

**U\$S 419<sup>99</sup>**

Refrigeradora Indurama Ri-395  
Cromada


CBELECTR

The image shows a stainless steel refrigerator with a water dispenser on the lower door. The Indurama logo and model number are in the top right. The CBELECTR logo is at the bottom left.

- Anexo 11

computacion.mercadolibre.com.ec/laptop-samsung-core-i5

Gmail YouTube Maps



Laptop Hp Core I5 10ma Generacion Disco 500gb/8gb/14/w/10 I7  
U\$S 575

Promocionado

- Anexo 12



U\$S 35

Envío gratis

Impresora Epson Stylus Cx3900

- Anexo 13

listado.mercadolibre.com.ec/hogar-muebles-jardin/bowls-acero-inoxidable

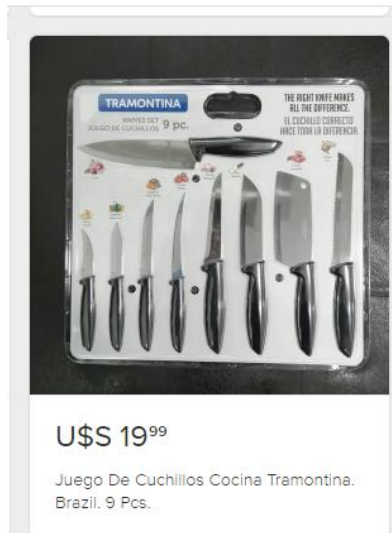
Gmail YouTube Maps



Set 5 Piezas Bowls De Acero | Color Exterior Rojo  
U\$S 25<sup>99</sup>

Envío gratis

- Anexo 14



- Anexo 15



- Anexo 16



- Anexo 17

**SERVIPLASTIC**  
TENEMOS TODO EN PLASTICOS R.U.C. 1701740068001  
Documento categorizado: NO

Cotacollao Sabanilla Oe4525 y Prensa  
Telf.: 240 2747 \* Quito - Ecuador AUT. S.R.I.: 1126194914  
Pazmiño López Olga Montalvina

**FACTURA**  
003- 001 **000003094**

FECHA : Quito, 12-Junio-2020  
NOMBRE : PAPIGOL  
DIRECCION: TIARCO Y AV. DEL MAESTRO  
RUC : 1718362948001

Cant.	Descrip	P/u	Total
4	BUTACON NP GRAN	4.41	17.64
1	SERVILLETERO RA	1.33	1.33
5	CANASTILLA CUBI	1.33	6.65
5	PANERA REDONDA	2.23	11.15
1	SET SALERO/PALI	2.23	2.23

SUBTOTAL : 39.00  
DESCUENTO : -0.78  
NETO : 38.22  
IVA 12% : 4.59

FIRMA  
NO SE ACEPTA DEVOLUCIONES  
Forma de pago:  Efectivo  Electrónico  
 Tarj. de Crédito/Debito Otros:  PVA

IMPRESA FIMAL CARRERA ARTIEDA RICHAR MARCELO - 1712064400001 - AUT SRI: 10402 - IMP. DEL 1 AL 5000 F. AUT. 03/FEBRERO/2020 / F. CADUCIDAD 03/FEBRERO/2021

- Anexo 18

**SERVIPLASTIC**  
TENEMOS TODO EN PLASTICOS R.U.C. 1701740068001  
Documento categorizado: NO

Cotacollao Sabanilla Oe4525 y Prensa  
Telf.: 240 2747 \* Quito - Ecuador AUT. S.R.I.: 1126194914  
Pazmiño López Olga Montalvina

**FACTURA**  
003- 001 **000003805**

FECHA : Quito, 20-Junio-2020  
NOMBRE : ECUAESPARTAN  
DIRECCION: PRENSA N58-441  
RUC : 1791860462001

Cant.	Descrip	P/u	Total
2	DISPENSADOR PAR	1.33	2.66
2	CANASTILLA CUBI	1.33	2.66

SUBTOTAL : 5.32  
DESCUENTO : -0.01  
NETO : 5.31  
IVA 12% : 0.64  
TOTAL : 5.95

FIRMA  
NO SE ACEPTA DEVOLUCIONES  
Forma de pago:  Efectivo  Electrónico  
 Tarj. de Crédito/Debito Otros:  PVA

IMPRESA FIMAL CARRERA ARTIEDA RICHAR MARCELO - 1712064400001 - AUT SRI: 10402 - IMP. DEL 1 AL 5000 F. AUT. 03/FEBRERO/2020 / F. CADUCIDAD 03/FEBRERO/2021



- Anexo 19

COMPROBANTE DE VENTA  
 No. 056-103-000072876  
 DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

Ced/Ruc: 1791860462001  
 Nombre : ECUAESPARTAN  
 Direcc : LA PRENSA N58-441  
 Telef : 2535878

FECHA DE EMISION: 20/06/2020 11:59:00

CODIGO ARTICULO	CANT	PRECIO	TOTAL
N23983 BANKO CE I	6	\$11.30	\$67.80
N00529 BANKO RA I	4	\$5.00	\$20.00
Base Imponible 12%			\$78.39
(+ ) 12 % IVA			\$9.41
Subtotal IVA 12%			\$87.80
VENTA TOTAL			\$87.80

PAGO EN: VISA CORRIENTE \$87.80  
 TOTAL CODIGOS: 2 TOTAL ARTICULOS: 10  
 ORIGINAL: ADQUIRIENTE / COPIA EMISOR

FIRMA DEL CLIENTE  
 Usuario: 34235 SILVIA DORA TROYA ARHEND  
 ARIZ (C.C.I)

- Anexo 20

**SERVIPLASTIC** R.U.C. 1701740068001  
 TEMEMOS TODO EN PLASTICOS Documento categorizado: NO  
 Cotocollao Sabanilla Oe4525 y Prensa  
 Telf.: 240 2747 \* Quito - Ecuador AUT. S.R.I.: 1126194914  
 Pazmiño López Olga Montalvina

**FACTURA**  
 003-001 000003758

FECHA : Quito, 20-Junio-2020  
 NOMBRE : ECUAESPARTAN  
 DIRECCION: PRENSA N58-441  
 RUC : 1791860462001

Cant.	Descrip	P/u	Total
3	SET SALERO/PALI	2.23	6.69
6	CANASTILLA CUBI	1.33	7.98
1	SERVILLETERO RA	1.33	1.33
6	PANERA REDONDA	2.23	13.38
3	DISPENSADOR PAR	1.33	3.99

SUBTOTAL : 33.37  
 DESCUENTO : 0.00  
 NETO : 33.37  
 IVA 12% : 4.00  
 TOTAL : 37.40

FIRMA  
 SE ACEPTA DEVOLUCIONES  
 Forma de pago:  Efectivo  Dinero Electrónico  
 M. de Crédito/Débito/Ciudad:

EMPRESA: MARCELO RICHAR ARTIEDA CARRERA MARCELO - 1712064409001 - AUT.SRI: 10402 -  
 MP. DEL 1 AL 5000 F. AUT. 03/FEBRERO/2020 / F. CADUCIDAD 03/FEBRERO/2021

- Anexo 21

**SERVIPLASTIC** R.U.C. 1701740068001  
 TENEMOS TODO EN PLASTICOS Documento categorizado: NO  
 Cotacollao Sabanilla Oe4525 y Prensa  
 Telf.: 240 2747 \* Quito - Ecuador **AUT. S.R.I.: 1126194914**  
**Pazmiño López Olga Montalvina**

**FACTURA**  
 003-001 **000002241**

FECHA : Quito, 4-Junio-2020  
 NOMBRE : PAPIGOL  
 DIRECCION: TIARCO Y AV. DEL MAESTRO  
 RUC : 1718362948001

Cant.	Descrip	P/U	Total
1	DANASTILLA CUBI	1.33	1.33
1	PANERA REDONDA	2.23	2.23

SUBTOTAL : 3.56  
 DESCUENTO : 0.00  
 NETO : 3.56  
 IVA 12% : 0.43  
 TOTAL : 4.00

FIRMA  
 NO SE ACEPTA DEVOLUCIONES  
 Forma de pago:  Efectivo  Dinero Electrónico  
 Tipo de Crédito:  Crédito  Débito  C/C  
**CRISTIANE CARRERA ARTIEDA RICAR MARCELO - 1712064409001 - AUT.SRI: 10402 -**

- Anexo 22

**CAMEIN**  
 EXTINTORES CAMEIN, TU SOMBRERO EN CASA

**DIAZ PAREDES CARLOS ELIAS**

**CAMEIN**  
 Dir Matriz: Av. 6 de Diciembre N51-165 e Isacc Barrera  
 Correo Electrónico ventascamein@gmail.com;  
 Teléfono: 2400177-0995611464  
 Dir. Sucursal 1 Av. America N 31-165 Entre Mariana De Jesus y San Gabriel  
 Correo Electrónico cameinventas@gmail.com;  
 Dir. Sucursal 2 Av. Eloy Alfaro N74-127 y Joaquin Mancheno  
 Teléfono 2801155-2805006  
 Correo Electrónico cameinextintores@yahoo.com;

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

R.U.C.: 1708323447001

**FACTURA**  
 No. 001-004-000012655  
 Número de Autorización: 0607202001170832344700120010040000126551234567815  
 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN: 2020-07-06T11:58:27  
 Ambiente: Producción  
 Emisión: Normal  
 CLAVE DE ACCESO: 0607202001170832344700120010040000126551234567815

Razón Social/ Nombres y Apellidos: SEGURIDAD PRIVADA ECUAESPARTAN CIA. LTDA  
 Identificación: 1791860462001  
 Fecha Emisión: 06/07/2020

CANTIDAD	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	DETALLE ADICIONAL	PRECIO UNITARIO	DESCUENTO	PRECIO TOTAL
1.000G		DETECTOR DE GAS GLP MARCA PREDEXE CON CERTIFICADO CE		22.0000	0.00	22.00

Son: VEINTICUATRO DOLARES CON 64/100

Forma de Pago	Valor	Plazo	Plazo
SIN UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	24.64	0	Días

Información Adicional del Cliente  
 Dirección: AV. DE LA PRENSA 4865 Y ANGEL LUDEÑA  
 Email: ingsteve75@yahoo.es

Notas:  
 Atendido por: Fanny Guairacaja

SUBTOTAL 12 %	22.00
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL No Objeto De IVA	0.00
SUBTOTAL Exento De IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	22.00
TOTAL DESCUENTO	0.00
ICE	0.00
IVA 12 %	2.64
IRBPNR	0.00
PROPINA	0.00
VALOR TOTAL	24.64

ANULADO 09 JUL 2020

- Anexo 23

The screenshot shows the Mercado Libre website interface. At the top, there is a search bar with the text 'extintores de polvo quimico seco' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is a 'Descarga' button. Below the search bar, there are navigation links: 'Categorías', 'Historial', 'Vender', 'Ayuda', and 'Cre'. The main content area displays the search results for 'Extintores de polvo quimico seco', showing '16 resultados'. Below this, there is a button labeled 'Ordenar publicaciones'. On the right side, there is a product listing for 'Extintor 10 Lbs Polvo Químico Seco Pqs (incluye Iva)' with a price of 'U\$S 18'. Next to the text is an image of a red fire extinguisher.

- Anexo 24

**MEGA CENTRO**

Artículos de bazar y papelería  
 RUC: 1707505655001  
 DIR.: Montufar s/n y El Vergel - Quito - Ecuador  
 Tels.: 0998140054 (Movi) (02) 2282022  
 E-mail: megamontisa@hotmail.com

**PROFORMA**

Nombre: JORGE ROJAS RUC/CI: 1718362948  
 Dirección: Tyarco y Av. Del Maestro  
 Teléfono: 0962993375 Fecha: 15/12/2020

CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	TOTAL
1	Papel bond, 1 resma	3,40	3,40
1	Grapadora	4,50	4,50
1	Grapas (caja)	1,15	1,15
1	Caja 3 resaltadores	1,80	1,80
3	Esferos BIC (rojo, azul, negro)	0,40	1,20
1	Perforadora	3,00	3,00
2	Libreta	0,57	1,14
20	Carpeta de cartón	0,22	4,40
1	Tijera	0,45	0,45
		<b>TOTAL</b>	<b>21,04</b>

Atentamente,  
  
 Paulo Montiel

