



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante dedicado a la comercialización de comida rápida con temática de los años 70 en el sector de la Martha Bucaram en el sur de Quito”.

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

AUTOR:

Dean Rubén Marcillo Borja

TUTOR:

MSc. Byron Báez

D.M. Quito, 04 de febrero 2021

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar hasta aquí, a mi familia por brindarme su apoyo incondicional durante todo este tiempo.

Lo son todo para mí, los quiero mucho

Dean

AGRADECIMIENTO

A mi madre Nancy, a mi tía Jenny, y a mis hermanos Nena y Christian que me han apoyado moral y económicamente en toda mi vida, que sin su ayuda no estaría hoy aquí, estas tres personas que han perdido su tiempo por mis ilusiones que cambiaron llorar por luchar en mi nombre, por buscarme un lugar donde fuera valiente, para ser feliz conmigo mismo, les doy las gracias desde lo más profundo de mi corazón los amo.

AUTORIA

Yo, Dean Rubén Marcillo Borja, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Dean Marcillo

D.M. Quito, 04 febrero 2021

MS.c Byron Baez.
Director de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

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

MSc Byron Báez.

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 **MSc Byron Báez** y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y el Sr. Dean Marcillo por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. Dean Marcillo realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante dedicado a la comercializar de comida rápida con temática de los años 70’s en el sector de la Martha Bucaram al sur de Quito”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Universitario ITI, bajo la dirección del MSc Byron Báez

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

TERCERA: Los comparecientes, MSc Byron Báez en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Dean Marcillo como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante dedicado a la comercializar de comida rápida con temática de los años 70’s en el sector de la Martha Bucaram al sur de Quito”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

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

MSc Byron Báez

Dean Marcillo

D.M. Quito, 04 de febrero del 202

Índice de contenido

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	vi
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vii
Índice de Anexos.....	ix
CAPÍTULO I.....	1
1.Introducción.....	1
1.1 Naturaleza del proyecto.....	1
1.2Marketing.....	2
1.3Administración, producción o servicio.....	2
1.4 Contabilidad y finanzas.....	2
CAPÍTULO II.....	4
2. Organización Empresarial.....	4
2.1 Creación de la empresa.....	4
2.2 Descripción de la empresa.....	4
2.2.1 Importancia.....	4
2.2.2 Características.....	5
2.2.3 Actividad.....	5
2.2.4 Tamaño de la empresa.....	5
2.3 Necesidades que satisfacer.....	6
a. Necesidad Fisiológica.....	6
b. Necesidad de seguridad.....	6
c Necesidad de afiliación.....	7
d. Necesidad de Reconocimiento.....	7

e.Necesidad de autorrealización.....	7
2.4 Localización de la empresa.....	7
2.5 Filosofía empresarial.....	8
2.5.1 Misión.....	8
2.5.2 Visión.....	8
2.5.3 Objetivos.....	9
2.5.4 Meta.....	9
2.5.5 Estrategias.....	9
2.5.6 Políticas.....	10
2.5.7 FODA.....	11
2.6 Desarrollo organizacional.....	11
2.6.1 Tipo de estructura.....	12
Diferenciación.....	12
2.6.2 Formalización.....	12
2.6.3 Centralización – Descentralización.....	13
2.6.4 Integración.....	13
2.7 Organización empresarial.....	14
2.8 Funciones del Personal.....	15
CAPÍTULO III.....	18
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	18
3.1 Objetivo de la mercadotecnia.....	18
3.2 Investigación de mercados.....	18
3.2.1 Demanda.....	18
3.3 Plan de muestreo.....	19
3.4 Análisis de encuestas.....	21
3.5 Oferta.....	30
3.5.1 Competidores.....	30

3.6 Entorno empresarial.....	31
3.6.1 Microentorno	31
3.6.2 Macroentorno.	34
3.7 Producto y Servicio.	36
3.7.1 Características.....	37
3.7.2 Calidad.....	37
3.7.3 Estilo.....	37
3.7.4 Marca.....	38
3.8 Plan de introducción al mercado	38
3.8.1 Distintivos y uniformes	38
3.8.2 Identificación de la microempresa.....	39
Isotipo.....	40
3.8.3 Canales de venta y distribución.	42
3.9 Fijación de precios.....	43
3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.....	43
3.10 Implementación del negocio.....	48
3.10 Estudio Arquitectónico	52
CAPÍTULO IV	53
4. PROCESO DE DERECHO EMPRESARIAL	53
4.1 Servicio de rentas internas SRI.....	53
RUC (Registro Único de Contribuyente) (Ver Anexo 4).....	53
4.2 Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA	53
4.3 Carnet ocupacional	54
4.4 SAYCE.....	54
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	62
5.1 Objetivo de área.....	62
5.2 Impacto ambiental.	62

5.3 Impacto social.....	63
CAPÍTULO VI.....	64
6. Análisis Económico y Financieros	64
6.1. Introducción.....	64
6.2. Inversiones.....	64
6.3. Activos diferidos	64
6.4. Capital de trabajo.....	65
6.5. Sueldos.....	66
6.5. Depreciación activos fijos.	66
6.6. Amortizaciones	67
6.7. Estructura capital	67
6.8. Tabla de amortización	68
6.9. Punto de equilibrio	68
6.10 Costo de ventas	70
6.11. Flujo de caja	70
6.12. Cálculo del TIR y el VAN.....	71
6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)	71
6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	71
CAPÍTULO VII.....	73
7. Conclusiones y recomendaciones	73
7.1 Conclusiones.....	73
7.2 Recomendaciones.	74
Referencias	75
Anexos	78

Índice de tablas

Tabla 1 Puesto Chef - Administrador	15
Tabla 2 Perfil del administrador propietario.....	15
Tabla 3 Puesto ayudante de cocina.....	16
Tabla 4 Perfil del ayudante de cocina.....	16
Tabla 5 Puesto de cajero - limpieza.....	17
Tabla 6 Méritos, Cajero	17
Tabla 7 Análisis de la pregunta 1	21
Tabla 8 Análisis de la pregunta 2	22
Tabla 9 Análisis de la pregunta 2	23
Tabla 10 Análisis de la pregunta 4	24
Tabla 11 Análisis de la pregunta 5	25
Tabla 12 Análisis de la pregunta 6	26
Tabla 13 Análisis de la pregunta 7	27
Tabla 14 Análisis de la pregunta 8	28
Tabla 15 Análisis de la pregunta 9	29
Tabla 16 Cuadro de Competencias.....	31
Tabla 17 Proveedores	33
Tabla 18 Sustitutos	34
Tabla 19 Gasto de Publicidad	43
Tabla 20 Pecado de la Codicia (hamburguesa XXL)	44
Tabla 21 Pecado del orgullo (Costillas en salsa Jack Daniels).....	45
Tabla 22 Pecado de la Codicia (hamburguesa XXL)	46
Tabla 23 Pecado del orgullo (Costillas en salsa Jack Daniels).....	47
Tabla 24 Costo Arriendo	48
Tabla 25 Equipos Industriales	48
Tabla 26 Equipos de Computación.....	49
Tabla 27 Muebles y Enseres	49
Tabla 28 Equipos industriales de seguridad	50
Tabla 29 Servicios Básicos	50
Tabla 30 Materiales de limpieza.....	51
Tabla 31 Material de oficina.....	51

Tabla 32 INVERSIÓNes	64
Tabla 33 Activos Diferidos.....	65
Tabla 34 Capital de Trabajo	65
Tabla 35 Sueldos.....	66
Tabla 36 Decimos	66
Tabla 37 Total de sueldos y decimos anuales.....	66
Tabla 38 Depreciación de activos fijos.....	67
Tabla 39 AMORTIZACIONes	67
Tabla 40 Estructura del Capital	68
Tabla 41 Detalle.....	68
Tabla 42 Datos para el punto de equilibrio.....	68
Tabla 43 Margen de Contribución.....	69
Tabla 44 Punto de Equilibrio	69
Tabla 45 Proyección de Ventas	69
Tabla 46 Flujo de Ventas	70
Tabla 47 Flujo de Caja.....	71
Tabla 48 TIR/VAN	72

Índice de imágenes

Imagen 1 Pirámide de Maslow	6
Imagen 2 Ubicación del Restaurante, Av. Martha Bucaram y Calle 7	8
Imagen 3 Organigrama Empresarial	14
Imagen 4 ¿Con que frecuencia consumes comida rápida (hamburguesas, salchipapas, Hot dog, Pizza, ¿etc.)?	21
Imagen 5	22
Imagen 6 ¿Qué te motiva a consumir comida rápida?.....	23
Imagen 7 ¿Te gustaría consumir comida rápida un ambiente de los años 70 y con otra variedad de ingredientes como yogurt, licores, especias?	24
Imagen 8 ¿Qué es lo que más consumes cuando vas a un restaurante de comida rápida?.....	25
Imagen 9 ¿Qué elementos tomas en cuenta para ir a un lugar de comida rápida? ..	26
Imagen 10 ¿Cuánto estarías dispuesto pagar por consumir productos diferentes con calidad y en un ambiente clásico y acogedor?.....	27
Imagen 11	28
Imagen 13¿Los negocios de comida rápida ya establecidos en el sector los calificaría cómo?.....	29
Imagen 14 Competencia en el sector de la Martha Bucaram	30
Imagen 15 Microentorno	31
Imagen 16 Macroentorno.....	35
Imagen 17 Uniforme 7Pecados.....	38
Imagen 18 Logotipo 7Pecados.....	39
Imagen 19 Isotipo 7Pecados	40
Imagen 20 Hoja Membretada 7Pecados	41
Imagen 21 Plano del restaurante 7Pecados.....	52
Ilustración 1Formula de la Muestra	20

Índice de Anexos

Anexo 1 Dean Marcillo (2020), Pregunta 1 de la encuesta	78
Anexo 2 Dean Marcillo (2020), Pregunta 9 de la encuesta.	78
Anexo 3 Xavi (2020), Bernies Estilo vintage 70´s	78
Anexo 4 SRI (2020), Como realizar el trámite del SRI.....	79
Anexo 5 ARCSA (2020) Formularios y Anexo	79

CAPÍTULO I

1. Introducción.

EL presente plan de negocios, está en camino hacia la creación de un restaurante de comida rápida donde se rescate este concepto original de la comida rápida, además de brindar un lugar con un excelente servicio y una ambientación retro que permite generar una experiencia poco convencional inspirada en los años 70`s e inspirada en cada uno de los 7 pecados capitales, convirtiéndose en un elemento diferenciador que captura la atención de las personas.

Con el desarrollo del proyecto se busca analizar los diferentes factores que rodean el entorno del negocio de comidas rápidas en la Av. Martha Bucaram al sur de la ciudad de Quito, a través de la investigación de mercado, el desarrollo del estudio técnico, financiero, organizacional se llegará a comprobar la viabilidad del proyecto a definir de manera adecuada y planificada con el fin de posicionar la marca 7Pecados.

1.1 Naturaleza del proyecto

7Pecados plantea ser una Microempresa destinada a la comercialización de Alimentos preparados y Bebidas, especializados en la comida rápida con la utilización de ingredientes no comunes en este sector como es la salsa Jack Daniels, yogures y similares para sus diferentes preparaciones, las cuales en su mayoría serán elaboradas en parrilla y plancha.

El negocio estará ubicado en el sector de la Av. Martha Bucaram al Sur de Quito, zona de gran concurrencia de gente y por ser un lugar potencialmente comercial lo que es ideal para el restaurante.

De igual manera, se contará con todos los permisos de funcionamiento y se cumplirá con todas los requisitos y exigencias para evitar problemas futuros.

Así mismo, el restaurante ha determinado objetivos, misión, visión y estrategias para lograr posicionarse como marca y a la vez, ha establecido una cultura organizacional que

será compartida con los colaboradores con el objeto de lograr el crecimiento personal y profesional de cada uno de ellos.

1.2 Marketing

Se realizó un plan de Investigación de Mercado en cual se utilizó herramientas para conocer la Oferta y la Demanda en el sector en que se planea ubicar el establecimiento, por lo que se ha concluido que el proyecto es factible para ser ejecutado.

Para que la marca tenga aceptación y se quede grabada en la mente de los consumidores se ha fijado un nombre conocido mundialmente, creando publicidad a través de redes sociales y tarjetas de presentación, etc.

1.3 Administración, producción o servicio.

Respecto a los productos que se ofrecerán en el establecimiento, se han fijado políticas de precios pensando en la situación socio-económica en lugar donde se va desarrollar el proyecto, lo cual ha permitido implantar el target de los futuros consumidores de 7Pecados

El establecimiento funcionará con un número de empleados apropiado a las instalaciones del mismo, los cuales serán divididos en las diferentes áreas del negocio, como cocina, servicio y caja, divididas adecuadamente, ya que los trabajadores tendrán actividades específicas en cada área, lo que desencadenará en un trabajo equipo que permita al cliente sentirse satisfecho con los productos y servicios que se ofrecerá en 7Pecados.

1.4 Contabilidad y finanzas

Respecto a las finanzas, en el establecimiento se ha fijado la inversión total para comenzar con la creación del restaurante, esto ayudará tener una visión económica sobre lo que podría representar el proyecto de aquí a 5 años y mediante la estandarización de los

platos que se va vender poder realizar un cálculo de ventas para ser sustentables monetariamente a lo largo de ese periodo de tiempo.

Esta planificación económica nos ha ayudado a sentar las bases de cómo se deberá manejar la producción y el servicio de los platos a ofrecer, analizando el rendimiento mínimo del restaurante que prevea el pago de los futuros haberes y pagos de inversión de 7Pecados y el porcentaje de utilidad que se obtendrá de las ventas, las cuales serán reinvertidas en el establecimiento.

CAPÍTULO II

2. Organización Empresarial

2.1 Creación de la empresa.

Todos los días las personas hacen fila para consumir comida rápida papas, hamburguesas, alitas, unas buenas otras malas, es por eso que 7 Pecados nace con la idea de crear un espacio en el cual la familia pueda disfrutar de comida rápida de calidad y cantidad a precios accesibles, el compromiso con los ingredientes de primera calidad.

Las recetas exclusivas y las experiencias gastronómicas para toda la familia es lo que definirá la marca en el futuro, un ambiente retro basado en los años 70 a través de 7 secciones llenas de pecado y sabor donde la explosión de sabores será el momento en el que el que todos tus sentidos se alteren y, justo en ese instante, no importa nada será un ritual en el que se deje llevar por el increíble sabor de la comida.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia.

Actualmente la industria de la comida rápida es más creativa e innovadora al tomar decisiones para lograr el éxito empresarial, esto se debe a que existen consumidores cada vez más informados que exigen sus deseos y necesidades de manera más específicas.

Es por ello que 7Pecados crea un plan de negocios dedicado a la creación de una empresa de comida rápida en la ciudad de Quito, que se basa en un establecimiento temático inspirado en los años 70's, el cual ofrecerá 7 secciones de menús con un enfoque familiar.

2.2.2 Características.

Estilo del restaurante: Será un restaurante de comida rápida con temática de los años 70`s con un ambiente familiar, que no existe actualmente en la ciudad en la que el restaurante se va a establecer, al menos en las mismas líneas de calidad y precio con las que se piensa trabajar.

Restaurante bar: Complementar el restaurante con el bar de copas es una fórmula de éxito casi garantizada. Con este estilo se puede cumplir con las expectativas de algunos clientes.

Decoración: Es uno de los factores más infravalorados en el sector de la comida rápida, por ello 7Pecados considera más importante la decoración de los 70`s para hacer el local más competitivo.

La carta: Se apostará por una carta poco extensa cuyos platos cubran prácticamente la mayor parte de la oferta gastronómica en variedad.

Estilo: El restaurante tendrá un estilo retro basado en los años 70`s, inspirado en los 7pecados capitales nombre que se reconoce a nivel mundial.

2.2.3 Actividad

7Pecados es un establecimiento de comida rápida con temática de los años 70`s, donde se servirá un menú de 7 alternativas de menú con calidad y cantidad a precios accesibles.

2.2.4 Tamaño de la empresa

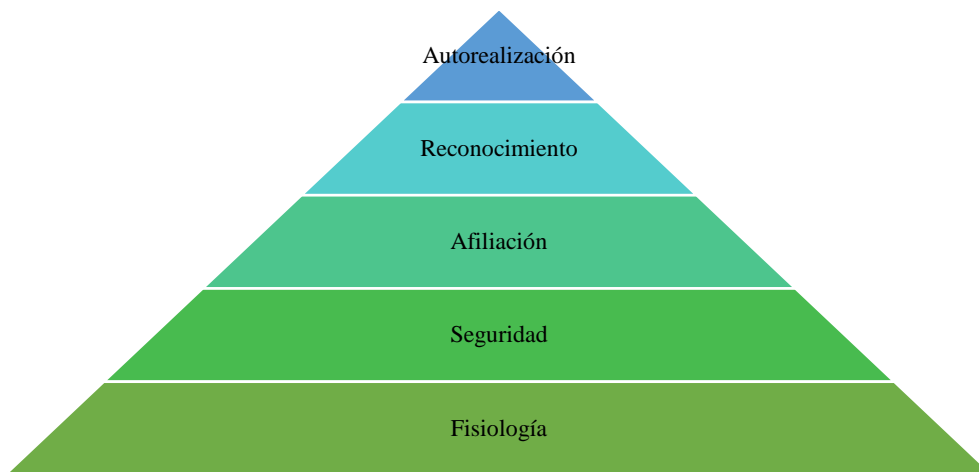
7pecados es una microempresa que contará con 3 áreas básicas: área ejecutiva (encargada de compras, administración general), área de producción y almacenamiento, y área de servicio por lo que se cataloga como una microempresa en base a la normativa ecuatoriana.

La empresa contará con:

- Gerente chef.
- Ayudante de cocina/mesero
- Recepcionista/cajero.

2.3 Necesidades que satisfacer

Imagen 1 Pirámide de Maslow



Fuente: www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta

a. Necesidad Fisiológica.

Al ser una empresa de alimentos y bebidas, la empresa satisface esta necesidad sin ningún inconveniente.

b. Necesidad de seguridad.

Primero está la seguridad alimentaria, que engloba todas las buenas prácticas de manufactura. Los platos y bebidas ofrecidos en el restaurante estarán sometidos a diferentes protocolos para que el producto final sea inocuo, 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.

c. Necesidad de afiliación

Propiciar un buen ambiente de trabajo, en el que las habilidades de cada trabajador sean consideradas por igual, sintiéndose así parte de un solo grupo y no facciones individuales descartables

7Pecados buscará siempre construir relaciones de confianza con sus clientes y con sus colaboradores como también con los proveedores a través de: comunicación efectiva, y con un proceso controlado y supervisado de producción para garantizar calidad constante y una continua del servicio.

d. Necesidad de Reconocimiento.

A través de la observación de comida rápida en el sector se busca servir alimentos de calidad y cantidad a precios justos y accesibles.

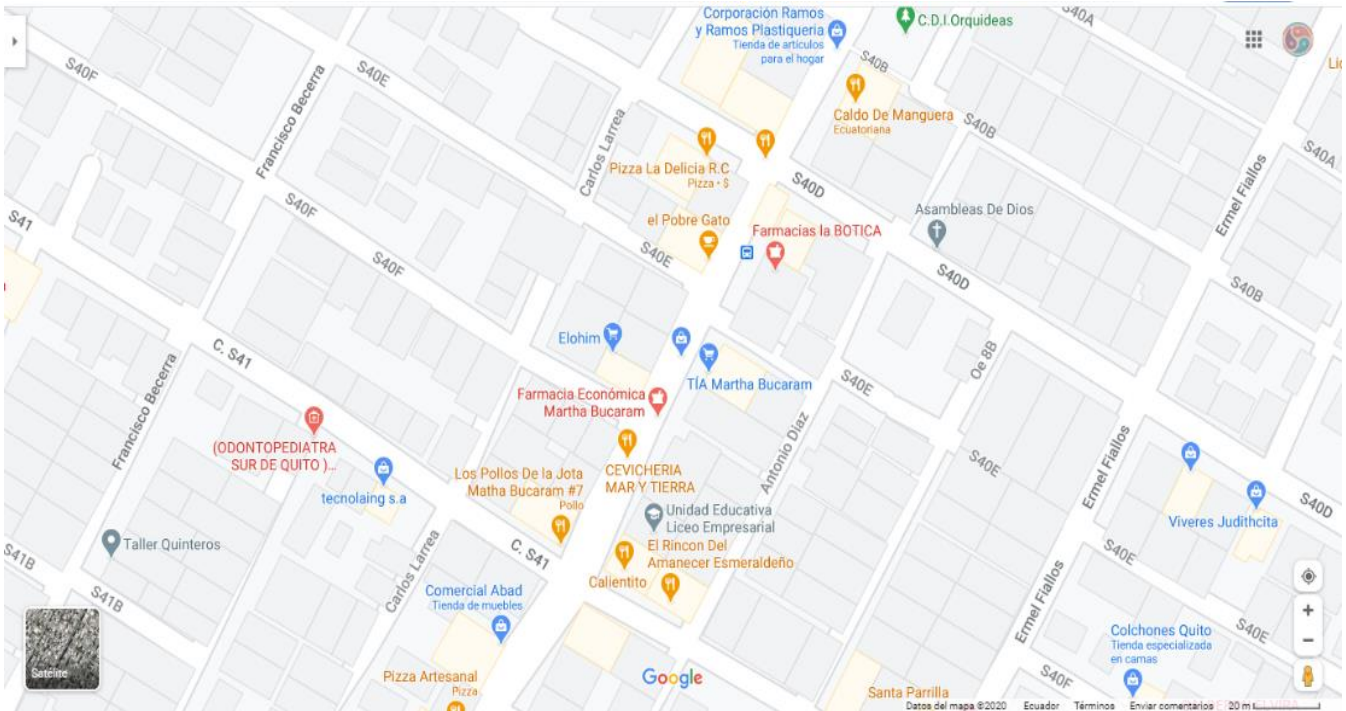
e. Necesidad de autorrealización.

Que 7Pecados llegue a ser una empresa consistente y reconocida no solo por su sabor, sino por su compromiso social tanto con los clientes como con sus colaboradores.

2.4 Localización de la empresa.

7pecados estará ubicado en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, al sur en la calle Martha Bucaram.

Imagen 2 Ubicación del Restaurante, Av. Martha Bucaram y Calle 7



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Martha+Bucaram+de+Roldos,+Quito>

2.5 Filosofía empresarial.

2.5.1 Misión

7Pecados será un restaurante temático de comida rápida basado en un estilo retro de los años 70's, dedicado a ofrecer alimentos y bebidas en un ambiente familiar comida elaborada con ingredientes de calidad, a través de un excelente servicio.

2.5.2 Visión.

Ser reconocidos como un establecimiento original, sólido y profesional, a nivel Local y posteriormente a nivel cantonal satisfaciendo la necesidad de los consumidores, a través de comida rápida de excelente calidad.

2.5.3 Objetivos.

General

Crear un restaurante de comida rápida con temática de los años 70 en el sector de la Martha Bucaram en sur de Quito con productos de calidad y excelente servicio.

Específicos

- Corto plazo: Buscar la excelencia a través de la satisfacción de todos los comensales, con el propósito de ser reconocidos como uno de los mejores establecimientos de comida rápida del sector donde se encuentra establecida.
- Mediano Plazo: Alcanzar una expansión de la marca en toda la ciudad de Quito, buscando mejorar continuamente los servicios brindados y la calidad del menú, sin descuidar la esencia que la caracteriza.
- Largo Plazo: Lograr la identificación de la marca a nivel nacional, a través de la calidad en los productos y servicios que se ofrecen.

2.5.4 Meta.

Tener un restaurante funcional y con liquidez en el plazo de un año a partir de la apertura, generar suficientes ingresos para cubrir todas las necesidades del establecimiento y pueda ser autosustentable.

2.5.5 Estrategias.

- Buena atención.
- Ambiente agradable.
- Calidad de la comida.
- Calidad del servicio.
- Precio
- Higiene y limpieza de todo el lugar.

2.5.6 Políticas.

Los colaboradores:

- Lavarse las manos con jabón al inicio del trabajo.
- Las manos y uñas deben estar perfectamente limpias.
- Deben llevar el cabello limpio y bien peinado (en caso de cabello largo este debe ir recogido)
- Para el personal masculino es indispensable el estar perfectamente afeitado.
- No utilizar colonias ni perfumes con aromas fuertes.
- Evitar anillos, pulseras y relojes llamativos
- Proteger cualquier herida que puedan tener con una envoltura impermeable.
- No fumar o masticar chicle durante el trabajo
- Comer y beber solamente en el momento y lugares permitidos
- Mantener el uniforme en correcto estado de limpieza.

Los Proveedores.

- Se llegará a un acuerdo con los proveedores para el periodo en que durará la contratación de servicios de abastecimiento de insumos y materia prima.
- No se tendrá un único proveedor para ciertos insumos clave; esto con el fin de evitar un posible desabastecimiento o un incremento en los precios, por lo que se contará con 2 proveedores.
- Los pagos a proveedores se realizarán los días viernes
- Solo se aceptarán de los proveedores aquellos productos que cumplan con los estándares de calidad de 7Pecados; por ningún motivo se aceptará la compra de insumos de menor calidad únicamente basándose en el precio.
- La forma de pago será establecida en el contrato entre 7Pecados y el proveedor.

2.5.7 FODA.

Fortalezas

- Precio, los productos irán de 3,50 a 6 dólares por alimentos que en el sector van de 5 a 15 dólares.
- Productos de calidad, se utilizará estos productos para atraer a la gente y fidelizarla demostrando así que los clientes son lo primero.
- Decoración, un ambiente retro nunca antes visto en el sur de la capital lo que atraerá la atención de los clientes.
- Relación costo/beneficio, se servirá productos atractivos a la vista y gusto del cliente sin perder los beneficios que estos generan.

Oportunidades

- Sector en el que se encuentra el restaurante
- Aprovechar la variedad de la gastronomía ecuatoriana
- Crecimiento del sector alimenticio

Debilidades

- Clientela no consolidada
- Proveedores
- Limitada liquidez al iniciar el negocio.

Amenazas

- Pandemia del SarsCov2
- Inestabilidad política, social y económica del país.
- Climatología

2.6 Desarrollo organizacional

2.6.1 Tipo de estructura.

Diferenciación

En 7Pecados la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos de la cadena de mando, esto se hará para facilitar la ejecución y supervisión de procesos.

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

2.6.2 Formalización.

La empresa se regirá a manuales de procedimientos, políticas y estrategias basadas en la misión, para su identificación y ordenanzas jurídicas vigentes. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control correspondientes.

2.6.3 Centralización – Descentralización

La centralización de 7Pecados fijará sus actividades en las áreas de producción y distribución; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa.

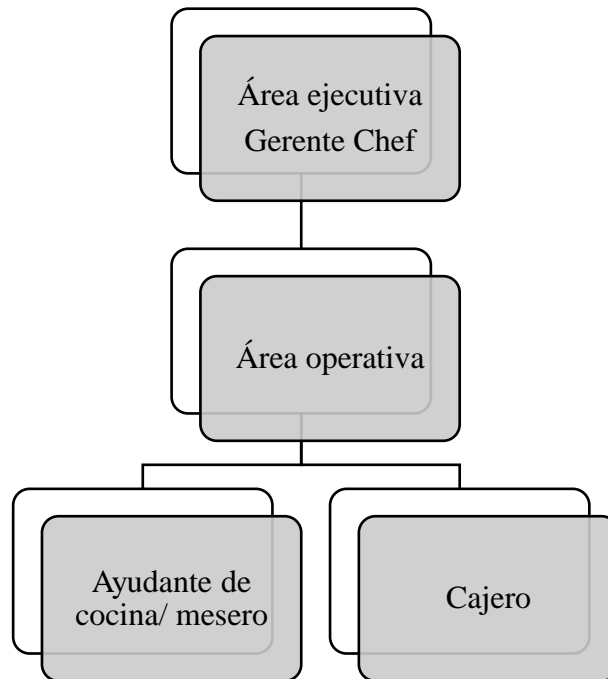
La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel gerencial permitiendo la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio de nuestros clientes y en el engrandecimiento de la empresa.

2.6.4 Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de adquisiciones, ventas, producción y distribución, este sistema permitirá un control completo de entrada y salida de insumos en cada una de las áreas con el fin de llegar al éxito empresarial.

2.7 Organización empresarial.

Imagen 3 Organigrama Empresarial



Fuente: 7Pecados, Dean Marcillo 2020.

2.8 Funciones del Personal.

PUESTO DE GERENTE CHEF

Tabla 1 Puesto Chef - Administrador

Detalles generales	
Empresa	7Pecados
Unidad Administrativa	Área ejecutiva
Misión del puesto	
Delegar, supervisar y participar en las funciones para el manejo general en todas las áreas, solucionar anomalías de la empresa, atender las quejas de los empleados y clientes, dirigir la cocina y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo en el establecimiento, preparación de alimentos y compra de materia prima.	
Denominación del puesto	Chef - Administrador
Rol del puesto	Administración, supervisión y Participación de procesos de producción, venta y distribución

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

MÉRITOS A CONSIDERAR

Tabla 2 Perfil del administrador propietario

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima 1 año en el cargo de Gerente-Chef.	Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas. Conocimiento y dominio de comida rápida. Conocimiento y dominio de parrilla.	Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad Proactivo. Tolerancia al estrés. Liderazgo. Iniciativa. Integridad. Trabajo en equipo. Puntualidad.

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

Tabla 3 Puesto ayudante de cocina.

Detalles generales	
Empresa	7Pecados
Unidad Administrativa	Área de producción y Servicio
Misión de puesto	
Ordenar, limpiar, almacenar la materia prima, ayudar en la preparación de alimentos y cumplir las órdenes del Chef.	
Denominación del puesto	Ayudante de cocina/mesero
Rol del puesto	Ayudar el gerente chef en procesos de producción y almacenamiento de materia prima y limpieza de cocina.

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Méritos a Considerar

Tabla 4 Perfil del ayudante de cocina

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía o superior.	Mínima 6 meses en el cargo de ayudante de cocina.	Elaboración y conservación de producto. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Atención al cliente.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Creatividad. Comunicación Compromiso. Puntualidad. Tolerancia al estrés. Proactivo. Sociabilidad.

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

PUESTO DE CAJERO

Tabla 5 Puesto de cajero - limpieza

Detalles generales del puesto	
Empresa	7Pecados
Unidad Administrativa	Área de servicio
Misión de puesto	
<p>Estará encargado de la cobranza en la caja exclusivamente y de actividades relacionadas a reservas y asignación de mesas y limpieza de las mismas una vez se hayan retirado los clientes.</p>	
Denominación del puesto	Cajero
Rol del puesto	<p>Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, realización de reservas, asignación de mesas.</p>

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 6 Méritos, Cajero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo superior en administración o contabilidad.	Al menos 1 año un año comprobable de experiencia.	<p>Protocolo de servicio. Atención al cliente. Manejo de sistemas informáticos. Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. Cobranza y manejo de dinero.</p>	<p>Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Comunicación escrita. Integridad. Responsabilidad.</p>

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

CAPÍTULO III

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de la mercadotecnia.

Establecer en la mente de las personas la marca 7Pecados a través de su imagen, nombre, colores y propuesta el servicio y la calidad de productos que prepara mediante redes sociales, llamando así la atención de la gente y lograr que se conviertan en potenciales clientes.

3.2 Investigación de mercados

Para la investigación se consideró varios aspectos como, competencia y demanda. Para poder observar en que platos de comida rápida se interesa más los clientes.

Con una esencia retro basada en los años 70`s para incursionar en el mercado con esta propuesta, por otro lado, se utilizó la investigación de campo para obtener información sobre el entorno en el que se desarrollara la empresa, se aplicó la técnica de obtención de información mediante una encuesta

3.2.1 Demanda

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma digital mediante los formularios de Google, consta de un número de 10 preguntas cerradas con la finalidad de tener datos fáciles de cuantificar.

3.3 Plan de muestreo.

En este trabajo se toma como universo a una parte de las personas que viven en el sector de la Martha Bucaram puesto que realizar un estudio de mercado al aire libre y de forma más amplia implica un riesgo de salud debido a la pandemia del SARS-Cov-2 que provoca el Covid 19.

Por lo tanto, se han tomado como sujetos de estudio al mismo segmento de población que reside en el sector de la Martha Bucaram debido a que el establecimiento se ubicará en el sector antes mencionado.

Para determinar 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

Ilustración 1 Formula de la Muestra

FÓRMULA DE LA MUESTRA CON POBLACIÓN

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

POBLACIÓN	N =	3000				
	n =	3,8416	0,28	0,27	3000	
		0,0025	2999	3,84	0,5	0,5
	n =	865				
		7,4975	+	0,9604		
	n =	865				
		8,4579				
MUESTRA REAL	n =	102,28				

PERSONAS PARA ENCUESTAR

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

3.4 Análisis de encuestas.

Pregunta 1.

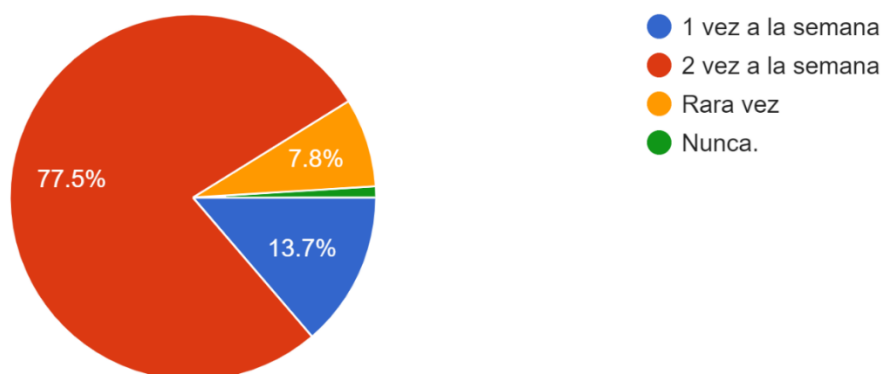
¿Con que frecuencia consumes comida rápida? (Ver Anexo 1)

Tabla 7 Análisis de la pregunta 1

¿Con que frecuencia consumes comida rápida?		
Respuesta	Cantidad	%
1 vez por semana	14	13,7%
2 veces por semana	79	77,5%
Rara vez	8	7,8%
Nunca	1	1,0%
Total	102	100%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 4 ¿Con que frecuencia consumes comida rápida (hamburguesas, salchipapas, Hot dog, Pizza, ¿etc.)?



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: El 78% de los encuestados manifestaron en su mayoría consumen comida rápida al menos 2 veces a la semana, el 13% al menos una vez por semana y solo un 8% consumen rara vez.

Análisis Cualitativo: La mayoría de los encuestados nos manifestaros que consumían comida rápida 1 o 2 veces por semana mientras que solo pocas personas no consumen comida rápida

Pregunta 2.

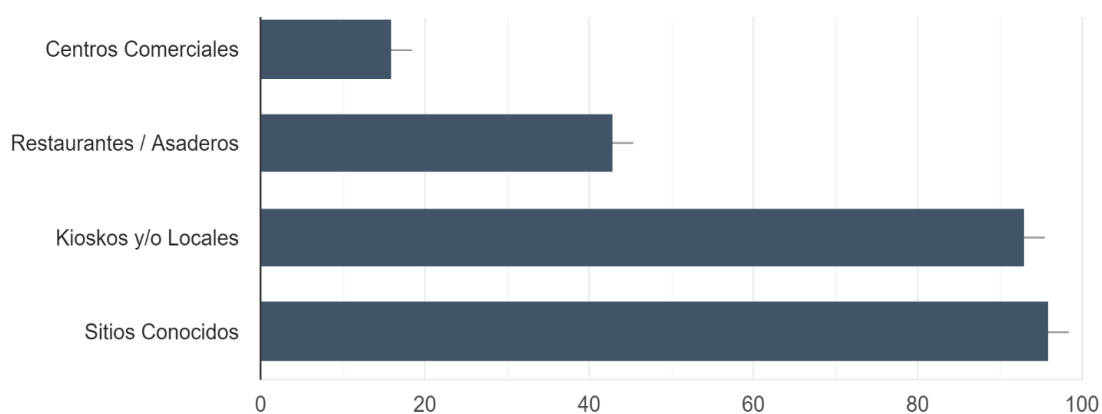
¿Cuáles son los sitios donde más frecuentas para consumir comida rápida?

Tabla 8 Análisis de la pregunta 2

¿Cuáles son los sitios donde más frecuentas para consumir comida rápida?		
Respuesta	Cantidad	%
Centros comerciales	7	6,45%
Restaurantes/asaderos	18	17,34%
Kioskos y/o locales	38	37,50%
Sitios conocidos	39	38,71%
Total	102	100%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 5



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: El 38,71% de los encuestados manifestaron en su mayoría consumen comida rápida en sitios conocidos, el 37,50% consumen en locales o kioskos de comida rápida, y un 6,45% consumen en centros comerciales.

Análisis Cualitativo: La mayoría de los encuestados consumen comida rápida en sitios conocidos o locales de comida rápida mientras unos pocos consumen en centros comerciales, lo que conviene al futuro del negocio.

Pregunta 3

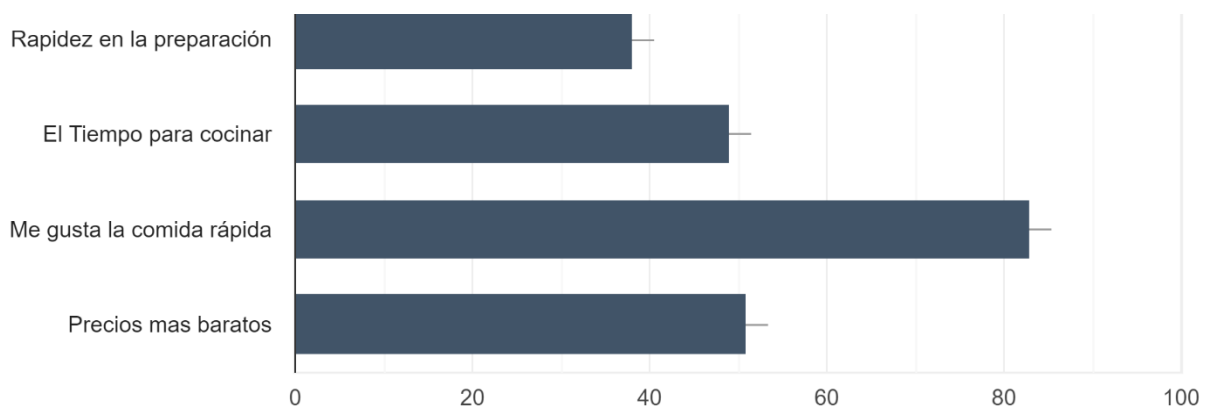
¿Qué te motiva a consumir comida rápida?

Tabla 9 Análisis de la pregunta 2

¿Qué te motiva a consumir comida rápida?		
Respuesta	Cantidad	%
Rapidez en la preparación	19	18,63%
El tiempo para cocinar	23	22,56%
Me gusta la comida rápida	35	34,31%
Precios más baratos	25	24,50%
Total	102	100%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 6 ¿Qué te motiva a consumir comida rápida?



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: EL 34.31% de los encuestados consumen comida rápida porque les gusta, mientras que el 24,50% de los encuestados la consumen por los precios más baratos y el 22,56% la consumen porque no disponen de tiempo para cocinar, y el 18,63% por la rapidez en su preparación.

Análisis Cualitativo: La mayoría de los encuestados consumen comida rápida porque les gusta, otros por los precios económicos y otros pocos porque les falta tiempo para cocinar, respuestas que benefician a 7 Pecados por que la empresa cumplirá con todos esos requisitos.

Pregunta 4.

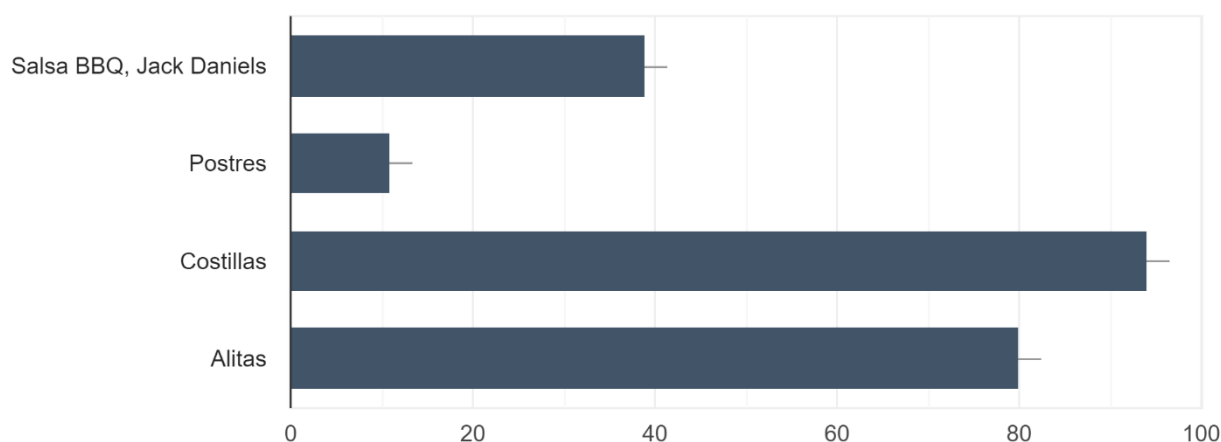
¿Te gustaría consumir comida rápida un ambiente de los años 70 y con otra variedad de ingredientes como yogurt, licores, especias?

Tabla 10 Análisis de la pregunta 4

¿Te gustaría consumir comida rápida un ambiente de los años 70 y con otra variedad de ingredientes como yogurt, licores, especias?		
Respuesta	Cantidad	%
Salsa BBQ Jack Daniels	18	17,65%
Postres	5	4,90%
Costillas	42	41,18%
Alitas	37	36,27%
Total	102	100%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 7 ¿Te gustaría consumir comida rápida un ambiente de los años 70 y con otra variedad de ingredientes como yogurt, licores, especias?



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: EL 41,18% de los encuestados prefieren también consumir costillas en locales de comida rápida, mientras que el 36,27% desean encontrar alitas BBQ o en sus salsas y mientras el 4,90% de los encuestados prefieren encontrar postres.

Análisis Cualitativo: La mayoría de los encuestados prefieren encontrar otra variedad de alimentos como costillas y alitas y solo un poco de los encuestados prefiere encontrar postres.

Pregunta 5.

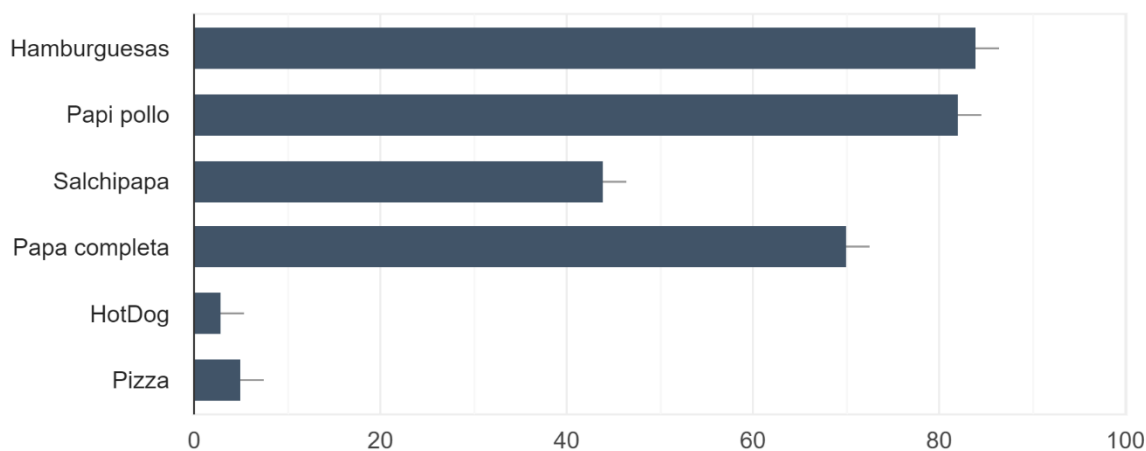
¿Qué es lo que más consumes cuando vas a un restaurante de comida rápida?

Tabla 11 Análisis de la pregunta 5

¿QUÉ ES LO QUE MÁS CONSUMES CUANDO VAS A UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA?		
Respuesta	CANTIDAD	%
Hamburguesas	29	28,43%
Papi pollo	29	28,43%
Salchipapa	16	15,69%
Papa completa	25	24,51%
Hotdog	1	0,98%
Pizza	2	1,96%
Total	102	100,00%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 8 ¿Qué es lo que más consumes cuando vas a un restaurante de comida rápida?



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: EL 28,43% de los encuestados prefieren consumir papi pollo y hamburguesas el 24,51 de los encuestados prefieren consumir papas completas y tan solo entre 0,98 y 1,96% de los encuestados prefieren hotdog o pizza.

Análisis Cualitativo: La mayoría de los encuestados prefieren consumir papi pollo hamburguesas y papas completas mientras una mínima cantidad prefieren hotdog o pizza.

Pregunta 6.

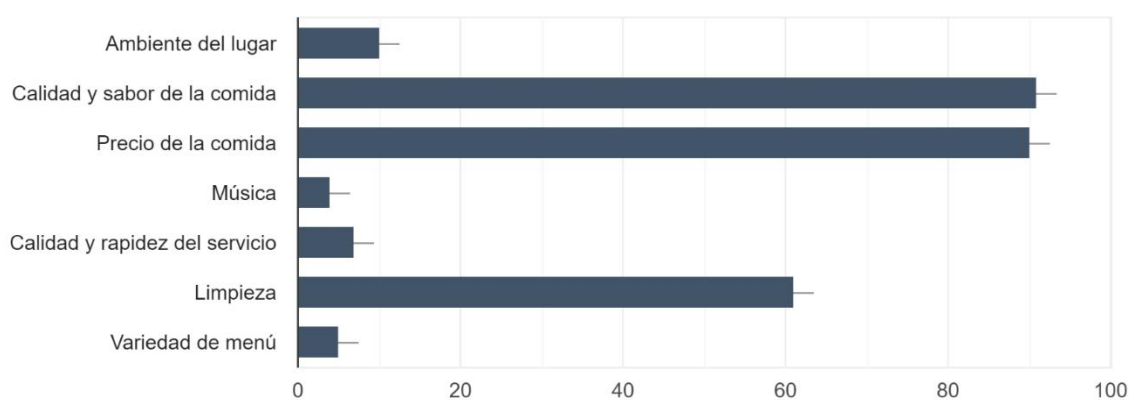
¿Qué elementos tomas en cuenta para ir a un lugar de comida rápida?

Tabla 12 Análisis de la pregunta 6

¿QUÉ ELEMENTOS TOMAS EN CUENTA PARA IR A UN LUGAR DE COMIDA RÁPIDA?		
Respuesta	CANTIDAD	%
Ambiente del lugar	4	3,92%
Calidad y sabor de la comida	35	34,31%
Precio de la comida	33	32,35%
Música	2	1,96%
Calidad y rapidez del servicio	3	2,94%
Limpieza	23	22,55%
Variedad del menú	2	1,96%
Total	102	100,00%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 9 ¿Qué elementos tomas en cuenta para ir a un lugar de comida rápida?



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: EL 34,31% de los encuestados prefiere el sabor y la calidad de la comida al momento de consumir comida rápida mientras el 32,35% prefiere precios económicos y accesibles, el 22,55% de los encuestados prefiere la limpieza del establecimiento y al momento de preparar los alimentos.

Análisis Cualitativo: la mayoría de los encuestado toma en cuenta la calidad de la comida los precios económicos y la limpieza mientras unos pocos toman en cuenta la música la calidad del servicio la variedad del menú

Pregunta 7.

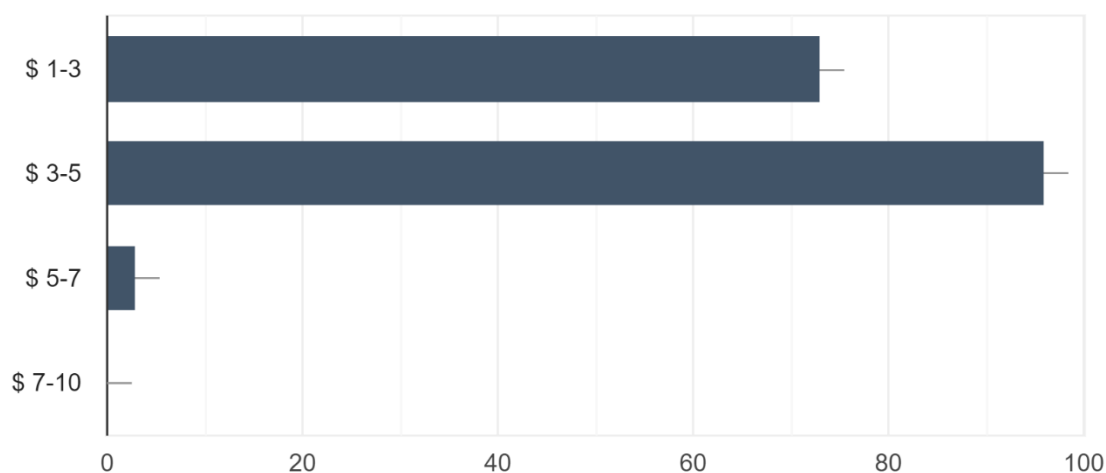
¿Cuánto estarías dispuesto pagar por consumir productos diferentes con calidad y en un ambiente clásico y acogedor?

Tabla 13 Análisis de la pregunta 7

¿CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO PAGAR POR CONSUMIR PRODUCTOS DIFERENTES CON CALIDAD Y EN UN AMBIENTE CLÁSICO Y ACOGEDOR?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 a 3	43	42,16%
3 a 5	56	54,90%
5 a 7	3	2,94%
7 a 10	0	0,00%
Total	102	100,00%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 10 ¿Cuánto estarías dispuesto pagar por consumir productos diferentes con calidad y en un ambiente clásico y acogedor?



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: EL 54,90% de los encuestados prefiere precios entre 3 a 5 dólares por comida de calidad, el 42,16% de los encuestados prefiere pagar entre 1 a 3 dólares y tan solo el 2,94% de los encuestado prefiere pagar de 5 a 7 dólares.

Análisis Cualitativo: la mayoría de los encuestado prefiere precios que van entre 1 y 5 dólares por alientos de calidad, mientras unos pocos prefieren pagar entre 5 y 7 dólares por la comida.

Pregunta 8.

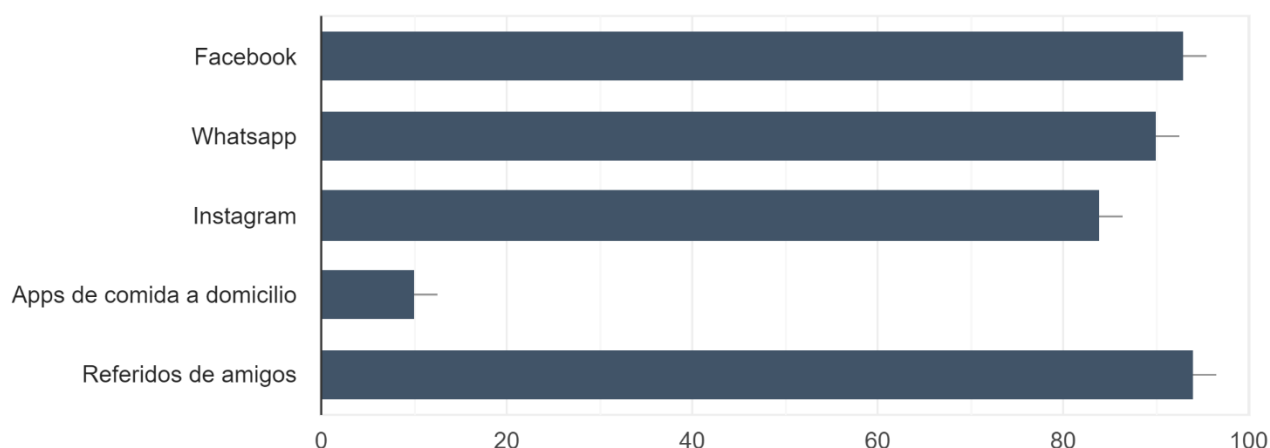
¿Cuáles son los canales de comunicación que más utiliza para conocer de publicidad, promociones o sitios de alimentos?

Tabla 14 Análisis de la pregunta 8

Respuesta	CANTIDAD	%
Facebook	26	25,49%
WhatsApp	25	24,51%
Instagram	23	22,55%
Apps de comida a domicilio	2	1,96%
Referencia de un amigo	26	25,49%
Total	102	100%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 11



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: EL 25,49% de los encuestados prefieren recibir información del establecimiento por medio de Facebook y referencias de amigos mientras que el 24,51% prefiere recibir la información vía WhatsApp, el 22,55% vía Instagram y un 1,96% prefiere recibirla por apps de comida a domicilio.

Análisis Cualitativo: la mayoría de los encuestado prefiere recibir información mediante medios digitales como Facebook WhatsApp integran y referencias de amigos, y solo un poco prefieren recibir la información por medio de apps de comida a domicilio.

Pregunta 9.

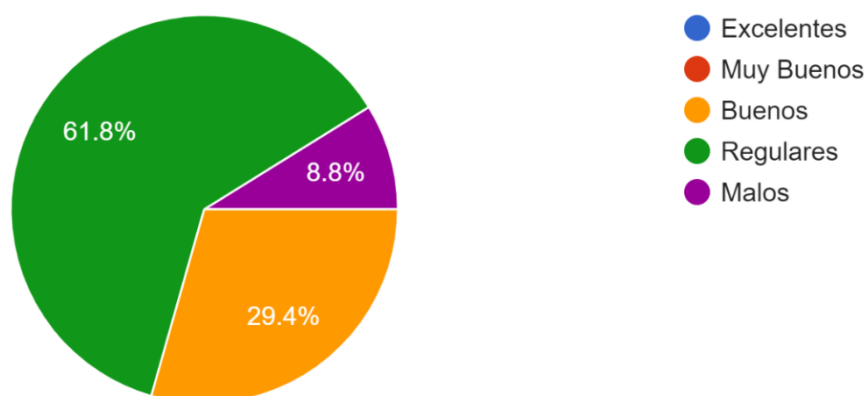
¿Los negocios de comida rápida ya establecidos en el sector los calificaría cómo? (Ver Anexo 2)

Tabla 15 Análisis de la pregunta 9

¿Los negocios de comida rápida ya establecidos en el sector los calificaría cómo?		
Respuesta	Cantidad	%
Excelente	0	0,00%
Muy buena	0	0,00%
Buenas	30	29,41%
Regular	63	61,76%
Malas	9	8,82%
Total	102	100,00%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Imagen 12¿Los negocios de comida rápida ya establecidos en el sector los calificaría cómo?



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Análisis Cuantitativo: EL 61,8% de los encuestados califican como regulares a los locales de comida rápida que existe en el sector que los locales de comida rápida en el sector mientras que el 29.4% de los encuestados manifiestan que son buenos, el 8,8% dicen que son malos.

Análisis Cuantitativo: la mayoría de los encuestado califica como regulares a los restaurantes de comida rápida del sector mientras otros pocos lo califican como bueno y una mínima cantidad de personas indica que son malos.

Análisis e Interpretación general.

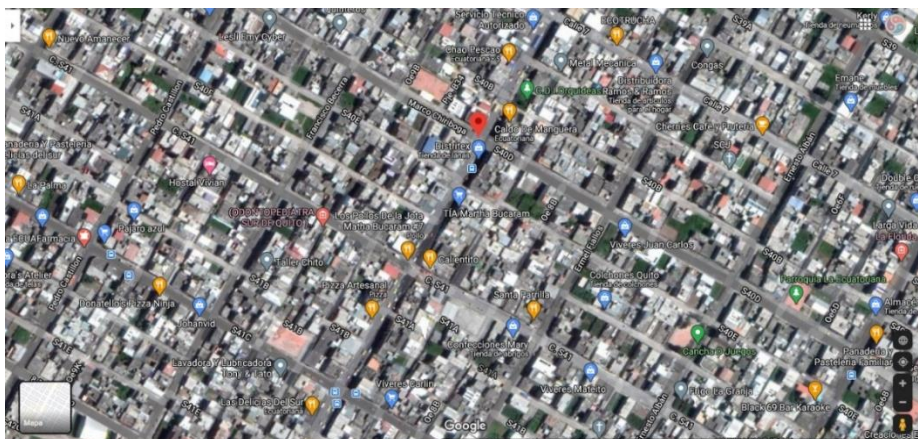
Según los datos recolectados mediante las encuestas la microempresa de comida rápida con temática de los años 70's 7Pecados tiene posibilidades de posicionarse en el mercado y mantenerse en el mismo ya que lo que la empresa ofrecerá es lo que buscan los posibles clientes como es el caso de relación cantidad precio y sabor, sin tomar en cuenta que una de las preguntas de las encuestas nos indica que la comida rápida del sector es regular es decir ni buena ni mala, es por ello que ofreciendo productos de calidad a precios accesibles 7Pecados podría no tener competencia.

3.5 Oferta

3.5.1 Competidores

La investigación de mercado proporciono información muy importante respecto a los competidores, esto fue el resultado de varios métodos que se utilizaron para determinar dicha información, como la observación directa de comportamiento de los clientes potenciales, se realizó las visitas de los locales el sector de la Martha Bucaram, y se realizó las entrevista a varias personas sobre sus gustos y comentarios sobre la competencia. Existen varios restaurantes que son la competencia directa entre ellos tenemos:

Imagen 13 Competencia en el sector de la Martha Bucaram



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Martha+Bucaram+de+Roldos,+Quito>

Tabla 16 Cuadro de Competencias.

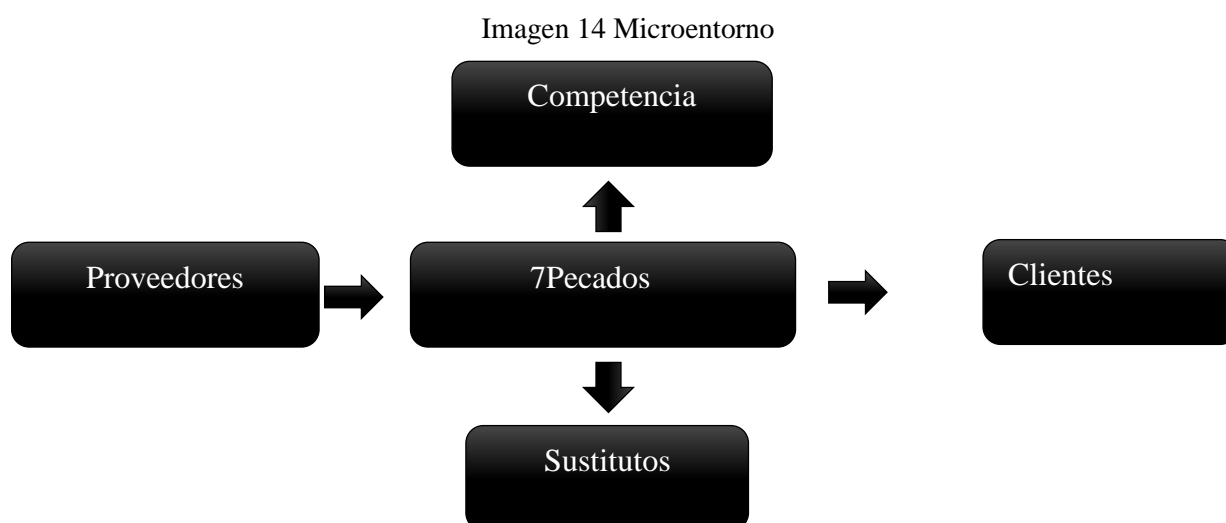
Empresa	DIRECCION	PRODUCTOS
Chao pescado	En la Av. Martha Bucaram y pasaje S40B	Marisquería en general producto del mar
Caldos de manguera	En la Av. Martha Bucaram y Marco Chiriboga	Venta de comida nacional como caldo de manguera, encebollado, fritada
Pollos de la j	Av. Martha Bucaram y calle S41	Pollos asados, salchipapas, papi pollo
Pizzería artesanal	Av. Martha Bucaram y calle S41	Pizzas
Menestras de don Javi	Av. Martha Bucaram y calle 10	Menestras y pinchos
Sammy	Av. Martha Bucaram y calle 10	Salchipapas, papi pollo, solo para llevar

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

3.6 Entorno empresarial.

3.6.1 Microentorno

El microentorno de 7Pecados está considerado por todo aquello que rodea la empresa y exista un control como clientes, competencia, proveedores etc.



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Competencia

La competencia de 7Pecados está constituida por los restaurantes que brindan servicio de alimentos y bebidas en el mismo sector en el que se encontrara el restaurante.

Proveedores

Los proveedores estarán conformados por todas aquellas empresas que abastecerán a 7Pecados de los insumos necesarios para la elaboración de cada producto que la empresa ofrecerá al mercado objetivo, entre estas empresas se encuentran:

Tabla 17 Proveedores

Detalle		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Dicerza	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado • Entrega al establecimiento • Empresa local 	Carne de res
Pronaca	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Entrega al establecimiento 	Carne de pollo y huevos
Juris	<ul style="list-style-type: none"> • Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria • Entrega al establecimiento • Facilidades de pago 	Embutidos
Moderna	<ul style="list-style-type: none"> • Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria • Entrega al establecimiento • Facilidades de pago 	Pan Empacado
Mercado mayorista de Quito	<ul style="list-style-type: none"> • Productos locales • Precios bajos • Variedad de productos 	Papas, verduras
Lácteos Marcos	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega al establecimiento • Facilidades de pago 	Quesos, Yogurt
Insumos de limpieza		
TC®-FOAM S. A	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa con varios años de experiencia • Facilidades de pago • Entrega al establecimiento 	Insumos de limpieza y desinfección

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Sustitutos.

Los sustitutos de 7Pecados son los micro mercados y tiendas que se encuentran en sus alrededores como las siguientes:

Tabla 18 Sustitutos

Empresa	DIRECCION	PRODUCTOS
Tía S.A	En la Av. Martha Bucaram y pasaje S40B	Venta productos en general
Carfruver	En la Av. Martha Bucaram y Marco Chiriboga	Abarrotes en general
San Fernando	Av. Martha Bucaram y calle S41	Abarrotes en general

Elaborado por: Dean Marcillo

Clientes.

Restaurante 7pecados dará prioridad a la ejecución de sus procesos con los proveedores relacionados con el cumplimiento de la óptima manipulación de sus productos para garantizar un servicio y alimentos de calidad.

Adicional en 7pecadosse creara un ambiente acogedor, diferente y sobre todo con un estilo clásico de los años 70 para que nuestros comensales puedan sentirse seguros en un ambiente diferente, sin dejar de lado un elemento importante que es la tecnología con la que brindaremos el servicio de wifi gratis para nuestros visitantes

3.6.2 Macroentorno.

Son aquellos factores sobre los que 7Pecados no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento

Imagen 15 Macroentorno



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Factor político.

7Pecados realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la por las autoridades debido a la pandemia del Covid19, en cumplimiento de las normas y reglamentos establecidos para el negocio de restauración, así como las normas y reglamentos que establezcan las autoridades para el funcionamiento legal de los restaurantes y/o negocios.

Factor económico.

A pesar de que Ecuador se encuentra en proceso de reactivación económica resultante de la pandemia de COVID 19 y la cuarentena, 7Pecados estará sujeto al desarrollo económico del país, por lo que el precio de sus productos y servicios serán los más accesibles que se puedan poner.

Factor sociocultural

El sector de la Martha Bucaram es una avenida comercial llena de posibles consumidores de comida rápida que prefieren comprar alimentos antes que prepararlos debido a que son trabajadores y vendedores ambulantes y se encuentran en locales y calles hasta altas horas de la noche.

Factor tecnológico.

La implementación de tecnología en los restaurantes es un plus añadido a todos aquellos ya que la mayoría de las personas hoy en día buscan un lugar que aparte de satisfacer sus necesidades biológicas se les ofrezca servicio de wifi gratuito, servicio que sin duda ofrecerá 7Pecados.

“Los pedidos online son cada vez más importantes para los consumidores y es una de las tendencias más grandes que hemos visto en los últimos años en la implementación de nuevas tecnologías para restaurantes.

Hoy en día es prácticamente imposible pasear por el centro de una ciudad y no ver a un repartidor de comida a domicilio con su mochila, ya sea en moto o en bicicleta. Especialmente en esas épocas del año, cuando caminar o incluso conducir a un restaurante puede ser insoportablemente frío, caluroso, o simplemente el cliente está cansado y no le apetece ir al establecimiento es cuando más riders vemos por todas partes.” (Flores, 2020)

3.7 Producto y Servicio.

7Pecados es un restaurante de comida rápida con temática de los años 70`s como un importante elemento de identidad como es la relación calidad, cantidad y precio, se enfoca en la producción de alimentos y bebidas con esencia retro y agregando elementos de innovación y con estrictos procesos de producción que hacen énfasis en el uso óptimo de técnicas y métodos de cocción, seguridad alimentaria y bioseguridad.

Incluirá el servicio a la mesa, pero también delivery y takeaway, Tomando en cuenta el estudio de mercado realizado previamente, los productos deben caracterizarse por tener alta calidad y frescura.

Los clientes de restaurantes no buscan satisfacer solamente una necesidad fisiológica de comer, sino que lo que se debe vender hoy en día son experiencias, en 7Pecados el producto que se vende es la experiencia de poder degustar comida rápida de calidad innovadora preparada con ingredientes frescos en un ambiente seguro, acogedor y agradable un lugar donde podrán sentir el placer de los pecados.

3.7.1 Características.

Detrás de cada producto de 7Pecados hay un arduo trabajo que conserva y valoriza la cocina rápida. En la cocina, los alimentos serán preparados bajo rigurosos procesos de calidad, bioseguridad e inocuidad con el objetivo de brindar a sus clientes productos de primera mientras que en el área de servicio los trabajadores estarán dispuestos a servir al cliente durante su experiencia en el establecimiento.

3.7.2 Calidad

Se tendrá en cuenta y se verificará durante todas las etapas de producción, con el fin de que se aplique todas las BPMS (Buenas Prácticas de Manufactura) en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de valor de la materia prima
- Temperaturas de almacenamiento y cocción de los alimentos
- Sistema de almacenamiento (FIFO)
- Limpieza y desinfección de áreas, superficies, batería de cocina y maquinaria
- Análisis de puntos críticos de control
- ETAS (Enfermedades Transmitidas por Alimentos)
- Tipos y medios de contaminación

3.7.3 Estilo

7Pecados maneja un estilo retro pero elegante, tratando de recuperar la comida rápida de calidad que se servía en los años 70`s (Ver Anexo 3), todo esto simboliza el efecto

vintage de la comida rápida americana. El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano” o “emplatado”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

3.7.4 Marca

El branding será la gestión que articulara el proceso de crear una marca para la empresa a tal punto que ésta pueda ser consumida por sus atractivos que son diseñados a través de elementos tales como: nombre, eslogan, identidad corporativa, fuente (tipo de letra) y paleta de colores.

7Pecados es un nombre formado por un número y 7 letras conjunto que se reconoce a nivel mundial por diferentes razones.

Pero en el caso de la marca 7Pecados nombre nunca mejor puesto después de degustar un producto que te hace sentir culpable, pero se te va enseguida después de degustar productos de calidad.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y uniformes

Los uniformes serán generales.

Área de cocina, Área de servicio, Cajero.

Chaqueta negra intensa mangas cortas con detalles rojos y una adaptación del sello de la empresa 7P

Faldón rojo únicamente para el área de cocina.

Pantalón negro de cocina.

Zapatos rojos de cocina.

Toca militar de chef.

Imagen 16 Uniforme 7Pecados



Elaborado por: Dean Marcillo

3.8.2 Identificación de la microempresa.

Logotipo

Imagen 17 Logotipo 7Pecados



Elaborado por:

Elementos a destacar

El círculo roto representa que no todas las distribuidoras de comida rápida son lo mismo que puedes servirte algo sustancioso y de calidad, aunque no estés en una cadena de comida rápida.

El número representa los 7 pecados y las 7 secciones de menú que servirá la microempresa.

O, E, P, C, L, G, I representa las iniciales de los 7 pecados y por su puesto el nombre de los platos principales de cada sección.

Colores

Usando el rojo y negro como base de los pecados, relacionando el rojo al fuego de la brasa y el al negro al carbón, y aun tradicionalmente colores utilizados para describir el infierno lugar al que vas después de cometer alguno de los 7 pecados capitales.

Isotipo

El isotipo de la empresa será un extracto del logotipo y servirá como un identificativo más sencillo de la marca.

Imagen 18 Isotipo 7Pecados



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Hoja membretada

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería para usar en asuntos como oficios, cartas o cotizaciones, para ello se ha elaborado una hoja membretada.

Imagen 19 Hoja Membretada 7Pecados



Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

3.8.3 Canales de venta y distribución.

La empresa utilizará principalmente la estrategia de distribución directa, puesto que el comensal es quien llega al establecimiento de comida rápida buscando productos que satisfagan su necesidad o bien puede hacer un pedido a domicilio. Es por ello que 7Pecados se encargara directamente en hacerle llegar los alimentos al comensal.

Promoción

Las estrategias que 7Pecados implementará serán con el propósito de provocar una compra en un corto tiempo, gracias a una determinada respuesta del público objetivo. Entre estas estrategias se encontrarán:

- Crear cupones de descuentos en productos seleccionados, con la intención de que estos productos se vendan aún más, además se pensara en el día donde se identifiquen las menores ventas, esto con el propósito de que los cupones impulsen las ventas de ese día con los productos seleccionados.
- Regalar un combo sencillo a un cumpleaños que llegue acompañado de 3 o más personas, el cumpleaños comerá gratis con la condición de una compra mayor a 3 combos, esto con la finalidad de aumentar aún más las ventas y generar un sentimiento de fidelización con los comensales.

Contactos

- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.
- Instagram.

Negociación

7Pecados realizará las negociaciones de forma personal en el establecimiento, por llamada telefónica, o videoconferencia, de requerir el servicio de 7pecados para pedidos grandes será siempre con el 50% de adelanto bajo ningún concepto de realizará de otra forma.

Tabla 19 Gasto de Publicidad

Publicidad Facebook	Facebook Mensual	\$ 6
Publicidad Instagram	Instagram Mensual	\$ 6
Tarjetas de Presentación		\$ 5
TOTAL, MENSUAL		\$17
TOTAL, ANUAL		\$ 204.00

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

3.9 Fijación de precios

3.9.1 Fijación de precios por receta estándar.

Los precios en las recetas serán calculados para un solo Pax, se tomará 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 2 recetas:



- Pecado de la Codicia (Hamburguesa XXL)
- Pecado del Orgullo (Costillas en salsa Jack Daniels)

Tabla 20 Pecado de la Codicia (hamburguesa XXL)

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN			
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS			
NOMBRE DEL PLATO:	Pecado de la Codicia	Código: PC1			
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	012/12/2020	Chef: Dean Marcillo			
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL	
PAN DE HAMBURGUESA	g	\$3,30	16	\$0,21	
TOMATES	g	\$1,00	120	\$0,01	
CHAMPIÑONES	g	\$2,00	25	\$0,08	
QUESO CHEDDAR	g	\$2,80	24	\$0,12	
CARNE MOLIDA	g	\$3,40	180	\$0,61	
YOGUR	ml	\$1,75	100	\$0,02	
SALSA DE QUESO	g	\$7,00	100	\$0,07	
AVENA	g	\$0,80	100	\$0,01	
HUEVO	g	\$0,30	16	\$0,02	
ACEITE	g	\$6,00	100	\$0,06	
TOCINETA	g	\$7,00	50	\$0,14	
JAMÓN	g	\$10,00	90	\$0,11	
SAL	g	\$1,25	100	\$0,01	
AZÚCAR	g	\$0,80	10	\$0,08	
CEBOLLA	g	\$1,00	12	\$0,08	
MAYONESA	g	\$2,25	40	\$0,06	
HARINA	g	\$0,90	100	\$0,01	
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$1,69	
			imprevistos	10%	0,16
			Subtotal		1,85
			Gasto de fab.	15%	0,28
			Factor costo	45,00%	0,82
			G. Admin	12%	0,22
			Utilidad	15%	0,28
			Total Neto		3,45
			IVA	12%	0,41
			Total		3,86

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 21 Pecado del orgullo (Costillas en salsa Jack Daniels)

		FICHA			
RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS					
NOMBRE DEL PLATO:	Pecado del Orgullo		Código: P1		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	012/12/2020		Chef: Dean Marcillo		
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL	
COSTILLA DE CERDO	g	5,75	3	1,92	
TOMATES	g	1	120	\$0,01	
PAPAS	g	\$0,90	5	\$0,18	
LECHUGA	u	\$0,55	4	\$0,14	
PIMIENTO	g	\$0,50	25	\$0,02	
YOGURT	ml	\$1,75	100	\$0,02	
ACEITE	g	\$6,00	100	\$0,06	
TOCINETA	g	\$7,00	50	\$0,14	
SALSA JACK DANIELS	g	\$5,00	20	\$0,25	
CEBOLLA	g	\$1,00	12	\$0,08	
MAYONESA	g	\$2,25	40	\$0,06	
HARINA	g	\$0,90	100	\$0,01	
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$1,92	
			Imprevistos	10%	\$0,19
			Subtotal		\$2,11
			Gasto de fab.	15%	\$0,32
			Factor costo	45%	\$0,95
			G. Admin	12%	\$0,25
			utilidad	15%	\$0,29
			Total Neto		\$5,23
			IVA	12%	\$0,63
			Total		\$5,86


Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 22 Pecado de la Codicia (hamburguesa XXL)

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Pecado de la codicia		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
20	g	PAN DE HAMBURGUESA	EMPACADO	CORTADO
20	g	TOMATES	LAVADO	REBANADOS
15	g	CHAMPIÑONES	REFRIGERADO de 12 a 14 C	EN SALSA
20	g	QUESO CHEDDAR	REFRIGERADO	LAMINADO
30	g	CARNE MOLIDA	REFRIGERADO	PORCIONADA 175
30	ml	YOGUR	PASTEURIZADA	-
5	g	SALSA DE QUESO	PASTEURIZADA	-
30	g	AVENA	TEMPERATURA AMBIENTE	EN HOJUELAS
4	g	HUEVO	PASTEURIZADOS	-
1	g	ACEITE	TEMPERATURA AMBIENTE de 20 a 25 C	-
2	g	TOCINETA	REFRIGERADO	-
10	g	JAMÓN	REFRIGERADO	LAMINADO
15	ml	SAL	TEMPERATURA AMBIENTE	-
10	mg	AZÚCAR	TEMPERATURA AMBIENTE	-
2	u	CEBOLLA	LAVADO	HECHO AROS
10	g	MAYONESA	REFRIGERADO	-
15	g	HARINA	TEMPERATURA AMBIENTE	TAMIZADA
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	1. asar la carne en la parrilla sin dejar que se seque			
	2. dorar el jamón y la tocineta en la plancha			
	3. preparar la cebolla caramelizada			
	3. freir los aros de cebolla con harina			
	4. preparar las rodajas de tomate con aceite limón y sal			
	5. dorar los panes en la parrilla			
	6. preparar la salsa de champiñones			
	7. prepara la salsa a base de yogurt			
8. servir en la base del pan colocar un poco de mayonesa, después colocar la carne con él queso fundido y un jamón, posteriormente colocar los aros de cebolla y la tocineta para rematar con la cebolla caramelizada salsa de champiñones y salsa de yogurt				

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 23 Pecado del orgullo (Costillas en salsa Jack Daniels)

		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		Pecado de la codicia		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
500	g	Costilla de cerdo	refrigerado	cortado en porciones de 500g
20	g	Tomates	Lavado	rebanados
15	g	pimiento	Lavado	cortados
20	g	Papas	lavado	cortadas
30	g	Lechuga	Lavado	troceada
30	ml	Tomates	Lavado	en gajos
5	g	Yogurt	Pasteurizada	-
30	g	Tocineta	refrigerado	-
4	g	salsa Jack Daniels	refrigerado	-
1	g	Cebolla	lavado	-
2	g	Tocineta	Refrigerado	-
10	g	Aceite	Refrigerado	laminado
15	ml	Harina	Temperatura ambiente	Tamizada
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	1. preparar las costillas con sal y pimienta			
	2.cocinar por 12 horas a 73 grados, para rematar en la parilla			
	3. preparar las papas fritas			
	3.freir los aros de cebolla con harina			
	4. preparar una ensalada básica c tomate pimiento y lechuga con su respectiva vinagreta			
	5. servir las costillas bañadas en salsa Jack Daniels acompañado de 100g de papas fritas y ensalada			

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

3.10 Implementación del negocio

Arriendo del local

Tabla 24 costo Arriendo

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$350	\$2100	\$4200

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Equipos Industriales.

Tabla 25 Equipos Industriales

Detalle			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina industrial y freidora	1	\$350	\$350
Refrigerador Indurama	1	\$350	\$350
Congelador	1	\$175	\$175
Licadora Oster	1	\$90	\$90
Horno hei25	1	\$275	\$275
Campana extractora con filtro c/m	1	\$180	\$170
Trampa de grasa acero inoxidable 2 cámaras, 40 x 40 x 40	1	\$125	\$125
Centralita de gas 2 tanques	1	\$70	\$70
Tanques industriales de gas 5kg	2	\$45	\$90
Balanza digital	1	\$12.49	\$12.49
Termómetro digital	1	\$23.50	\$23.50
TOTAL			\$ 1730.99

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 26 Equipos de Computación

Detalle			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador Portatil Toshiba	1	\$340	\$340
Impresora EPSON	1	\$60	\$60
TOTAL			\$400

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Muebles y enseres

Tabla 27 Muebles y Enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio oficina con librero y repisas	1	155	155
Silla oficina	1	85	85
Juego de mesas y sillas, 4 puestos	6	95	570
Lavadero industrial 2 pozos	1	160	160
Estantería metálica	2	75	150
Mesa de acero inoxidable	1	110	110
Plato tendido	30	1,25	37,5
Vaso 325ml	50	0,65	32,5
Jarra de vidrio 1l	3	2,5	7,5
Juego de cubiertos tramontina 60p	2	80	160
Tabla de picar grande	2	22,5	45
Set de chuchillos (5 piezas)	2	65	130
Regleta imán para cuchillos	2	30	60
Espumadera	3	10	30
Set de 3 ollas (grande, mediana, pequeña)	2	140	280
Tamiz de acero inoxidable	4	25	100
Bowls acero inoxidable (set 5 piezas)	4	28	112
TOTAL			2224,5

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Equipos industriales de seguridad.

Tabla 28 Equipos industriales de seguridad

Equipos industriales de seguridad			
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Extintor (tipo k) 2.5 gal	1	\$160	\$160
Extintor (polvo seco) 10 lb	1	\$19	\$19
Dispensador de alcohol y jabón líquido	4	\$11.99	\$47.96
Detector de humo	2	\$11.95	\$23.90
Detector de gas	2	\$14.00	\$28.00
Rótulos de señalética (baño hombre y mujer, salida, precaución, extintor, aforo)	6	\$5.00	\$30.00
Total			\$308.86

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Servicios Básicos.

Tabla 29 Servicios Básicos

Detalle	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$45.00
Luz	\$70.00
Teléfono	\$7.00
Internet	\$40.00
TOTAL	\$162.00
TOTAL, ANUAL	\$1944

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Materiales de limpieza.

Tabla 30 Materiales de limpieza

Detalle			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	2	\$2.99	\$5.98
Trapeador	2	\$7	\$14
Cloro 1 Gal	1	\$3.95	\$3.95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$10.48	\$10.48
Fibra/lustre	5	\$0.92	\$4.60
Esponja lavaplatos	5	\$1.40	\$7.00
Fundas basura industriales (10 unidades)	5	\$1.16	\$5.80
Lavavajillas 500g	2	\$3.99	\$7.98
Pala	2	\$2.69	\$5.38
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5.99
Papel higiénico jumbo 200 metros	2	\$1.99	\$3.98
Toalla de papel	2	\$3.50	\$7.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9.50
TOTAL			\$91.64
TOTAL, ANUAL			\$1099.68

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 31 Material de oficina

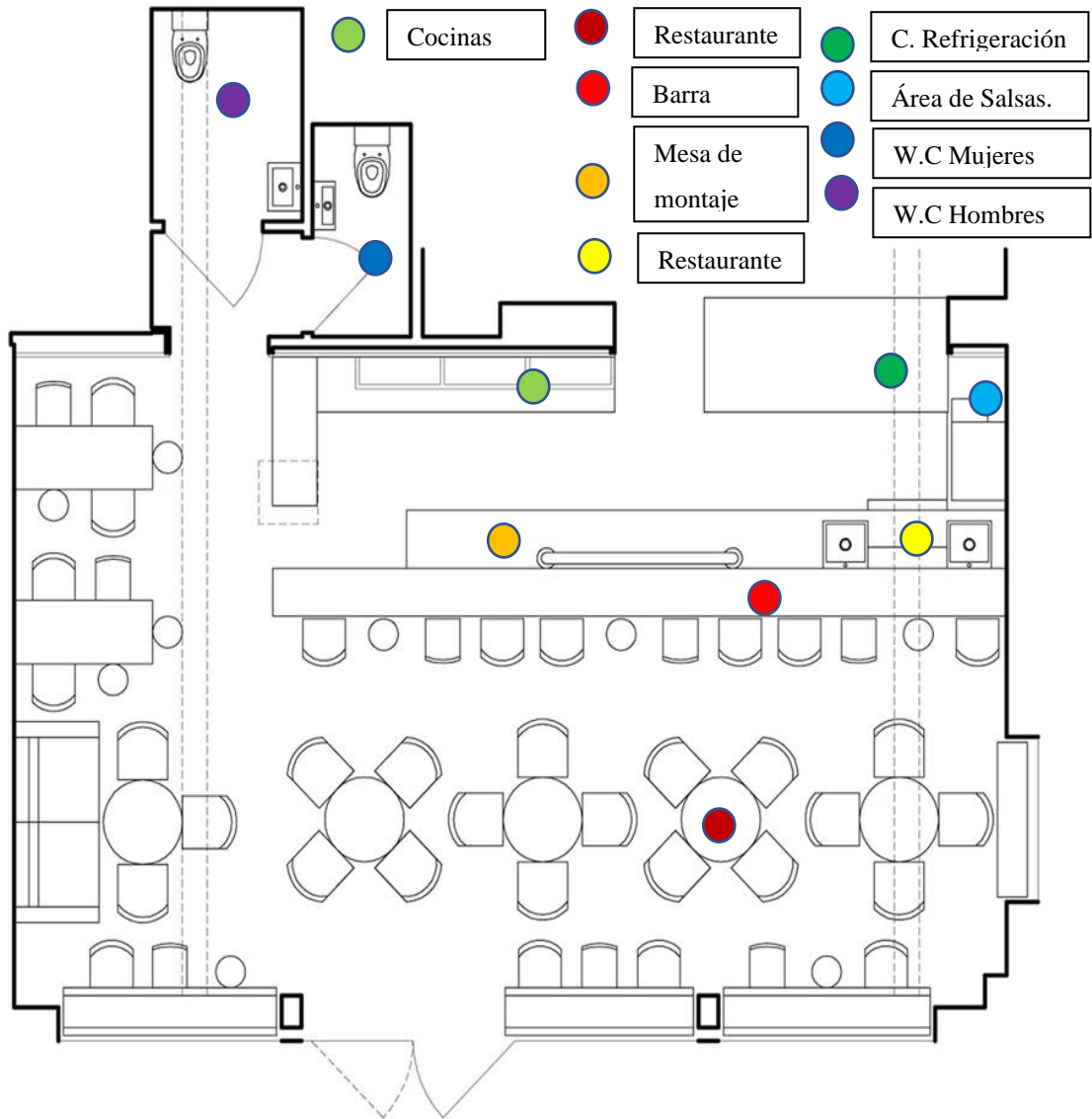
Detalle			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resma de papel bond	2	\$3	\$6
Libretas de comanda	20	\$0.45	\$9
Caja esferos	1	\$5	\$5
Archivadores	3	\$2	\$6
TOTAL			\$26

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

3.10 Estudio Arquitectónico

Para el diseño del restaurante se tomará en cuenta la capacidad a instalar, el número de trabajadores que va a atender, el aforo permitido respetando las normas de bioseguridad dadas por las autoridades.

Imagen 20 Plano del restaurante 7Pecados



Elaborado por: Diagramación privada

CAPÍTULO IV

4. PROCESO DE DERECHO EMPRESARIAL

Para el correcto funcionamiento del establecimiento deberá cumplir con todos los requisitos de ley como se mostrarán a continuación.

4.1 Servicio de rentas internas SRI

RUC (Registro Único de Contribuyente) (Ver Anexo 4)

Se obtiene del Sri y 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.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Este trámite se lo puede realizar a través de la página web: www.sri.gob.ec (SRI, 2020)

4.2 Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA

- 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.
- Costo \$96.00

Este trámite se lo puede realizar en <https://www.controlsanitario.gob.ec/> (Ministerio de salud pública, 2020)

4.3 Carnet ocupacional

- Examen de sangre, heces y orina.
- Control médico.
- Foto tamaño carnet.
- \$ 5,00 ctvs.

Este trámite se lo realiza en <http://www.trabajo.gob.ec/> (Ministerio de relaciones laborales, 2020)

4.4 SAYCE

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

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

- De Lujo equivale al 45% de un salario básico unificado
- De segunda equivale al 27% de un salario basuco unificado
- De tercera equivale al 18% de un salario básico unificado

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. Con un costo de 2 dólares
- **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. Costo \$20
Este trámite
se lo realiza en <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Inicio.aspx>

Dentro de esto está:

- 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.). (DMQ, s.f.)

Inspección del Cuerpo de Bomberos:

- Oficio de solicitud
- Infraestructura interna y externa que sea segura.
- Formulario de solicitud
- Terreno (firme). (DMQ, 2020)

Inspección de equipamiento

- 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.
- 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 (DMQ, s.f.)

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. (IESS, 2020)

Ministerio de Hidrocarburos

Ministerio que se encarga del control y regulación de:

- Cañerías.
- Ductos.
- Mangueras.
- Tanques de gas.
- Centralitas de gas

4.5 Aspectos Laborales

4.5.1 Ley de Apoyo Humanitario

Disposiciones Laborales

- Acuerdos generales para la preservación del empleo

A fin de garantizar la estabilidad laboral de los trabajadores, la ley establece que los trabajadores y empleadores podrán, de común acuerdo, modificar las condiciones económicas de la relación laboral tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

Los empleadores presentarán a todos sus trabajadores sustentos con lo que justifiquen la necesidad de estas medidas.

Una vez suscritos, los convenios deberán comunicarse al Ministerio del Trabajo, quien supervisará su cumplimiento.

El acuerdo será bilateral y directo entre cada trabajador y el empleador.

De producirse el despido del trabajador dentro del primer año de vigencia de la Ley, las indemnizaciones correspondientes se calcularán con la última remuneración percibida por el trabajador antes del acuerdo.

Únicamente se podrá impugnar estos acuerdos si se advierten actos de fraude a acreedores

- De la sanción de incumplimiento del acuerdo entre las partes

El incumplimiento del acuerdo de cualquiera de las partes será objeto de sanción. En aquellos casos en los que un juez determine que el empleador invocó de manera injustificada la causal de fuerza mayor o caso fortuito para terminar el contrato de trabajo, se aplicará la indemnización por despido intempestivo multiplicada por uno punto cinco (1.5).

- Condiciones mínimas para la validez de los acuerdos

Para la celebración de estos acuerdos es imprescindible lo siguiente:

Los empleadores deberán presentar al trabajador los estados financieros de la empresa.

Los empleadores deberán utilizar recursos de la empresa con eficiencia y transparencia.

Los empleadores no podrán distribuir dividendos, ni reducir el capital de la sociedad durante la vigencia de los acuerdos.

Los acuerdos generales se aprobarán por la mayoría de los trabajadores y surtirán efectos para toda la Empresa, incluso para aquellos que no los suscriban. En caso de negociación del contrato colectivo, los representantes de los trabajadores y el empleador podrán suscribir un acuerdo.

Si la suscripción del acuerdo es imprescindible para la subsistencia de la empresa y no existe aceptación de los trabajadores, se podrá iniciar de manera inmediata el trámite de liquidación.

El uso indebido de recursos de la empresa a favor de accionistas y administradores, será considerado como quiebra fraudulenta.

4. Contrato especial emergente

Este contrato tendrá plazo de un año, renovable por una sola vez. Los empleados bajo este contrato deberán tener, al menos, 24 horas de descanso consecutivo semanal. Las horas que exceden la jornada ordinaria se pagaran como suplementarias o extraordinarias de acuerdo con la ley.

5. De la reducción emergente de la jornada de trabajo

La reducción podrá hacerse hasta por un año, renovable por el mismo periodo, por una sola vez.

6. Goce de vacaciones

Durante los dos años siguientes a la vigencia de la ley, los empleadores podrán notificar de forma unilateral al trabajador el cronograma de sus vacaciones, o establecer la compensación de aquellos días de inasistencia al trabajo como vacaciones ya devengadas.

7. Teletrabajo

Seguido del artículo 16 en el Código de Trabajo, se agrega un artículo enumerado referente al teletrabajo que en lo principal menciona que esta modalidad laboral, consiste en el desempeño de actividades remuneradas a través de Tics, sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio específico de trabajo. De acuerdo a este artículo, el teletrabajo se podrá realizar de la siguiente manera:

Esta modalidad de trabajo podrá ser pactada, al inicio o durante la vigencia de la relación laboral.

Los trabajadores sujetos a esta modalidad de empleo, gozarán de todos los derechos laborales y beneficios contenidos en el Código de Trabajo.

El teletrabajo podrá desarrollarse de forma autónoma, móvil, parcial u ocasional.

Las partes deberán determinar el lugar donde el trabajador prestará los servicios. No se considerará teletrabajo si el trabajador presta servicios en lugares designados y habilitados por el empleador, aun cuando se encuentren ubicados fuera de las dependencias de la empresa.

El empleador deberá respetar el derecho del trabajador a desconexión, este deberá ser de al menos doce horas continuas en un periodo de veinticuatro horas. En ningún caso, el empleador podrá hacer requerimientos o mantener comunicación con el trabajador en días de descanso, permisos o feriados.

El empleador deberá proveer los equipos, elementos e insumos necesarios para el desarrollo del teletrabajo.

8. Disposición interpretativa única respecto de la terminación por fuerza mayor

La ley dispone que el numeral 6 del artículo 169, es decir la causal de terminación del contrato individual por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, sea interpretado en este sentido:

La imposibilidad de realizar el trabajo implica el cese total y definitivo de la actividad del empleador. Es decir, cuando el trabajo no se pueda llevar a cabo por los medios físicos habituales, por medios alternativos o por medios telemáticos; cuando exista prohibición expresa de autoridad competente de realizar la actividad; o cuando con la finalidad de salvar una parte del negocio, el empleador tenga que cesar una línea o unidad de negocio derivada de la actividad principal, pudiendo únicamente terminar las relaciones laborales que existan en el área del negocio que cesó.

Ley de Reactivación Económica

Se basa en tres ejes esenciales como son:

- Más beneficios tributarios a quienes más generan empleo y más apoyo necesitan
- Progresividad
- Combate a la evasión

Beneficios

- Beneficios tributarios para microempresarios
- Beneficios para las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria
- Beneficios tributarios por enfermedades catastróficas
- Beneficios sobre deudas tributarias
- Devolución del exceso del anticipo de Impuesto a la Renta.
- Los exportadores habituales se benefician de un esquema de devolución mensual del ISD, similar a la devolución del IVA.
- Exclusión en el rubro de costos y gastos para el cálculo del anticipo de Impuesto a la Renta, los gastos por sueldos, salarios, beneficios de ley, así como aportes patronales a la seguridad social.

Progresividad.

- **Beneficios para la deducción de gastos personales**

Impuesto a la Renta

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1 de enero al 31 de diciembre.

La declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.

Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada. (Ver anexo 8)

Impuesto al Valor Agregado

Ventas Locales

Precio de Venta (Incluye otros impuestos, tasas y gastos sobre el precio) menos (-) Deducciones (bienes y envase devueltos; descuentos y bonificaciones comerciales; interese y primas de seguros en ventas a plazo).

El pago del IVA recae mayoritariamente sobre las personas naturales en calidad de consumidores finales o usuarios de los servicios que utilicen.

Las empresas y negocios que producen o comercializan bienes gravados con el IVA tienen el beneficio del "crédito tributario", esto es, la compensación del IVA pagado sobre bienes, insumos y servicios adquiridos y necesarios para la producción y/o comercialización de los bienes y servicios gravados con el 10%.

Las demás, aun cuando no gocen del crédito tributario, el IVA pagado es trasladado al precio de venta, confirmándose que el impuesto pesa sobre la población en general, y con fuerte incidencia en los estratos más pobres. (SRI, 2020)

CAPÍTULO V

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área.

El principal objetivo del impacto ambiental es ayudar a prevenir, mitigar y restaurar los daños ambientales que se puedan ocasionar con el fin de minimizar la contaminación ambiental.

El impacto social se verá reflejado en el sector en el que se ubica el restaurante, mismo que ayudará a reducir al máximo la contaminación usando productos biodegradables

5.2 Impacto ambiental.

Identificación de posibles impactos ambientales.

- **Contaminación por basura:** desechos generados por clientes al entrar o salir del establecimiento.
- **Contaminación por desechos producido en cocina:** los desechos generados dentro de la cocina sin un correcto manejo pueden causar contaminación, permitiendo la generación de bacterias y plagas.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados.

- Para la cocina y área de clientes se contará con diferentes tachos de basura para facilitar la clasificación de basura y desechos producidos.
- Utilización de productos reciclables y biodegradables.
- Focos a ahorradores de energía.

5.3 Impacto social.

Generar fuentes de trabajo.

El restaurante generará fuentes de empleo sin importar sin ningún aspecto personal de los postulantes siempre y cuando cumplan con los requerimientos del restaurante.

Satisfacción de una necesidad social prioritaria.

7Pecados responderá a las necesidades fisiológicas de alimentación hacía las personas, otorgándoles un establecimiento en el cual se sientan cómodos, y al momento de pagar no sientan que lo que consumieron es caro relación a lo que se hayan servido.

Capacitación a trabajadores

Se capacitará a los empleados para que tengan las herramientas para poder desempeñarse con excelencia y dar una mejor atención a los clientes.

CAPÍTULO VI

6. Análisis Económico y Financieros

6.1. Introducción

En el capítulo presente se detalla a continuación el análisis financiero del proyecto restaurante de comida rápida 7Pecados donde se permitirá definir la factibilidad del mismo desde el punto de vista económico, dando a su vez la pauta de iniciación.

6.2. Inversiones

Se encuentra una Inversión que consta de Activos Fijos: que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$4664.35

Tabla 32 INVERSIÓN

ACTIVOS FIJOS	
Equipos Industriales. / seguridad	2039,85
Equipos de Computación	400
Muebles - enseres	2224,5
Total	4664,35

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

6.3. Activos diferidos

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$300 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento.

Tabla 33 Activos Diferidos

Detalle	
Gastos de Constitución	300

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

6.4. Capital de trabajo

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

En lo que corresponde al establecimiento, en el periodo de un año contara de 33939,23 para su funcionamiento por lo que en la siguiente tabla se detalla los valores.

Tabla 34 Capital de Trabajo

Detalle	
Sueldos	17188,8
Servicios Básicos	1944
material oficina	312
material limpieza	549,84
Activos fijos/activos diferidos	4964,35
alquiler local	4200
publicidad	204
adquisición de materia prima	3000
gastos financieros	1.680,00
TOTAL, INVERSIÓN	34042,99

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de 34042,99

6.5. Sueldos

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

Tabla 35 Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente chef	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Ayudante de cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero y cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1200	14400	1360,8	1749,6	14788,8

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 36 Decimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL, DECIMOS
Gerente chef	400	400	400	800
Ayudante de cocina	400	400	400	800
Mesero y cajero	400	400	400	800
Total	1200	1200	1200	2400

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 37 Total de sueldos y decimos anuales.

TOTAL, SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
14788,8	2400	17188,8

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$17188

6.5. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$559,76.

Tabla 38 Depreciación de activos fijos

Detalle			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	2039,85	10%	203,985
Equipos de Computación	400	33,33%	133,32
Muebles y Enseres	2224,5	10%	222,45
Total			559,76

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

6.6. Amortizaciones

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

Tabla 39 AMORTIZACIÓN

Detalles			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	300	20%	60

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

6.7. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$22042,99 que equivale a una estructura del 65%; costo 13% con una tasa de descuento de 8,4 %; por otra parte el Capital Financiero \$12000 que con una estructura del 35%, el costo 14 % que otorga el 4,9 % de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$34042,99 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 14,5% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 40 Estructura del Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	22042,99	65%	13%	8,4%	
Capital Financiero	12000	35%	14%	4,9%	
TOTAL, INVERSIÓN	34042,99	100%		13,4%	TMAR

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

6.8. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 41 Detalle

MONTO	12000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	12000
1	3495,40	1.680,00	1.815,40	10.184,60
2	3495,40	1.425,84	2.069,56	8.115,04
3	3495,40	1.136,11	2.359,30	5.755,74
4	3495,40	805,80	2.689,60	3.066,14
5	3495,40	429,26	3.066,14	0,00
		5.477,01		
2912,84		INTERES ANUAL		1.680,00
		INTERES SEMESTRAL		840,00

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

6.9. Punto de equilibrio

Tabla 42 Datos para el punto de equilibrio.

Costos fijos	
materia prima	250
arriendo	350
sueldos	1500
ser. Básicos	162
Total	2262

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 43 Margen de Contribución

Receta Estándar		
Precio	9,5	
Costo	3,41	
Ganancia	6,09	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 44 Punto de Equilibrio

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				
PE=	371			
	371	codicia y orgullo	12,4	diario
	Precio promedio	5,5		
VENTA	371	9,5	3528,6	
Costo	371	3,41	1266,6	
GASTO			2262	
PUNTO DE EQUILIBRIO			0	

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Tabla 45 Proyección de Ventas

ventas proyectadas			
735	6982,5	83790	ventas
735	2506,35	30076,2	costo

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de menús a vender para no tener perdida ni ganancia, establece como punto de venta 12,4 = 13 menús para no llegar a la quiebra, mientras que, si se vende 21 menús diarios, es decir \$5985 dólares al mes se lograra tener buena rentabilidad.

6.10 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

Detalle						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		83790	86312,08	88910,07	91586,27	94343,01
COSTO DE VENTAS		30076	30981,49	31914,04	32874,65	33864,18
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		53713,80	55330,59	56996,04	58711,62	60478,84
GASTOS ADMINISTRATIVOS		17188,80	17706,18	18239,14	18788,14	19353,66
SERVICIOS BASICOS		1944,00	2002,51	2062,79	2124,88	2188,84
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		861,84	887,78	914,50	942,03	970,39
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		4200,00	4326,42	4456,65	4590,79	4728,97
PUBLICIDAD		204,00	210,14	216,47	222,98	229,69
DEPRECIACIONES		559,76	559,76	559,76	559,76	559,76
AMORTIZACIONES		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
UTILIDAD OPERATIVA		28695,41	29577,79	30486,74	31423,04	32387,53
GASTOS FINANCIEROS		3495,40	3477,82	2771,11	1965,46	1047,02
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		25200,00	26099,97	27715,62	29457,58	31340,51
BASE IMPOSITIVA		5292,00	9461,24	10046,91	10678,37	11360,93
UTILIDAD NETA		19908,00	16638,73	17668,71	18779,21	19979,57

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

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 \$20133,73 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$20184,67

6.11. 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

Detalle						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		28695,41	29577,79	30486,74	31423,04	32387,53
DEPRECIACIÓN		559,76	559,76	559,76	559,76	559,76
AMORTIZACIÓN		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
- BASE IMPOSITIVA		5292,00	9461,24	10046,91	10678,37	11360,93
- GASTOS FINANCIEROS		3495,40	3477,82	2771,11	1965,46	1047,02
- PAGO CAPITAL		3.495,40	5.047,93	5.754,64	6.560,29	7.478,73
= FLUJO NETO DE CAJA	-34042,99	17.032,35	12.210,55	12.533,83	12.838,67	13.120,60

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$17.258,08, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$13.325,69

6.12. 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:

6.12.1. 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 \$ 17.494,08

6.12.2. 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 30.83 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 17.48% con el TMAR.

Tabla 48 TIR/VAN

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	16.742,37
TIR	30,03%
TMAR	13,35%

Elaborado por: Dean Marcillo, 2020.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones.

La propuesta del restaurante 7Pecados de comida rápida con temática retro de los años 70`s cuenta con un microentorno favorable que representa una oportunidad de negocio viable.

Existe un alto nivel de aceptación por parte del público objetivo hacia la propuesta del negocio; de los encuestados, la mayor parte respondió favorablemente.

En el sector existe una gran demanda por la comida rápida y los posibles clientes están dispuestos a pagar un precio entre \$1 y \$6 dólares.

El plan de negocio es viable financieramente, siendo rentable en todos los escenarios.

7.2 Recomendaciones.

Planificar, organizar y ejecutar de forma adecuada el análisis financiero que se realizó para evitar tener pérdidas económicas y lograr que el negocio sea autosustentable.

El restaurante 7Pecado debe tomar en cuenta las opiniones y sugerencias de los clientes es decir realizar un análisis minucioso de sobre los gustos y preferencias.

Dar cumplimiento a todas las estrategias planteadas ya que de esta manera se logrará llegar a la meta planteada y crecer como microempresa.

Establecer un Manual donde se especifiquen, las políticas, normas y reglamentos de la empresa de manera que todo el personal que labore en el restaurante este informado de las consecuencias que pudieran tener sus actos.

Referencias

- DMQ. (s.f.). *GOB.ec*. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- abc.en el este. (04 de Agosto de 2019). Obtenido de <https://www.abc.com.py/articulos/la-centralizacion-y-la-descentralizacion-921625.html#:~:text=La%20centralizaci%C3%B3n%20es%20el%20fen%C3%B3meno,Estado%20a%20las%20entidades%20locales>.
- ACOSTA OVIEDO, K. C. (24 de Mayo de 2012). *EOI*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>
- ARDISENY. (04 de Octubre de 2017). *Entorno de las organizaciones* . Obtenido de <https://www.ardiseny.es/wordpress/el-entorno-de-las-organizaciones-micro-y-macro-entorno/#:~:text=An%C3%A1lisis%20PEST%3A%20E1%20an%C3%A1lisis%20que,entorno%20externo%20de%20la%20empresa>.
- Aula MHE enseñanza en línea. (s.f.). *Aula MHE enseñanza en línea*. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/CAPÍTULO/8448199359.pdf>
- Coursea. (2018). Obtenido de <https://mooc.es/course/introduccion-al-mercado/>
- DIARIO DE GASTRONOMIA. (11 de Marzo de 2011). Obtenido de <https://diariodegastronomia.com/el-primer-restaurante-de-comida-rapida/#:~:text=Corr%C3%ADa%20el%20a%C3%B1o%201902%20cuando,de%20la%20ciudad%20de%20Filadelfia.&text=As%C3%AD%20naci%C3%B3n%20el%20primer%20restaurante%20de%20comida%20r%C3%A1pida>.
- DMQ. (19 de Diciembre de 2020). *GOB.ec*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/inspecciones-luae/>
- El Economista. (27 de Mayo de 2020). Obtenido de <https://ecodiario.economista.es/viralplus/noticias/10568157/05/20/Cual-es-el-origen-de-la-hamburguesa-En-que-ano-se-invento.html>

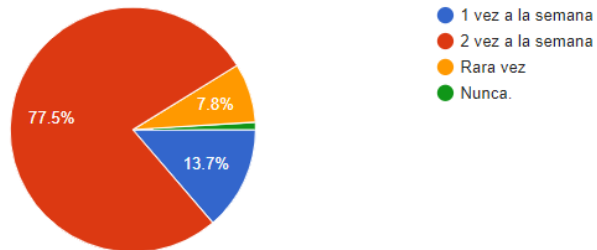
- Flores, E. (09 de Junio de 2020). *Marketing Gastroeconómico*. Obtenido de <https://escuelamarketinggastronomico.net/tendencias-en-nuevas-tecnologias-para-restaurantes/>
- García Milan, A. (23 de Marzo de 2018). *Funnel*. Obtenido de <https://funnel.mx/blog/que-es-un-logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo/>
- Gourmet de México . (29 de Abril de 2019). Obtenido de <https://gourmetdemexico.com.mx/comida-y-cultura/cuales-los-puestos-trabajo-en-la-cocina/>
- IESS. (19 de Diciembre de 2020). *Instituto Ecuatoriano de seguridad Social*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/>
- La Voz de América . (16 de Agosto de 2016). Obtenido de <https://share.america.gov/es/lo-que-la-comida-rapida-ensena-sobre-la-historia-de-estados-unidos/>
- Lago Moneo, J. A. (17 de Septiembre de 2015). *EAE Busines School*. Obtenido de <https://www.abc.es/gestordocumental/uploads/Sociedad/comida-rapida.pdf>
- Marketing XXL*. (s.f.). Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/analisis-dafo-18.htm>
- Ministerio de relaciones laborales. (19 de Diciembre de 2020). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Ministerio de salud publica. (18 de Diciembre de 2020). Obtenido de <http://aplicaciones.controlsanitario.gob.ec/bp-frontend/autenticacion/login>
- NATIONAL GEOGRAPHIC. (09 de Agosto de 2018). *NATIONAL GEOGRAPHIC*. Obtenido de <https://www.ngenespanol.com/el-mundo/asi-inicio-la-comidarapida/>
- Pegasus Books. (08 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://pegasusbooks.com/books/tastes-like-chicken-9781681771632-hardcover>
- PMK Learnig. (s.f.). *Canales de distribucion y Ventas*. Obtenido de <https://pmkvirtual.com/blog/canales-de-distribucion/>
- Sánchez, I. (18 de Mayo de 2016). Obtenido de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/menu/2016/05/18/el-boom-de-la-comida-rapida>
- SAYCE. (2020). *SAYCE*. Obtenido de <https://sayce.com.ec/>

SRI. (19 de Diciembre de 2020). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Anexos

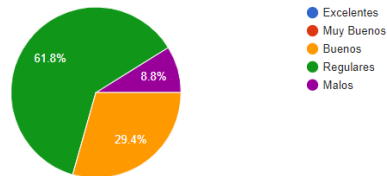
1. ¿Con que frecuencia consumes comida rápida (hamburguesas, salchipapas, Hot dog, Pizza, etc.)?

102 respuestas



Anexo 1 Dean Marcillo (2020), Pregunta 1 de la encuesta

9. ¿Los negocios de comida rápida ya establecidos en el sector los calificaría como?
102 respuestas



Anexo 2 Dean Marcillo (2020), Pregunta 9 de la encuesta.



Anexo 3 Xavi (2020), Bernies Estilo vintage 70's



¿Qué debo hacer?



¿Cómo realizo el trámite electrónico?



¿Qué requisitos necesito?



Información importante

? ¿Qué debo hacer?

La inscripción de personas naturales en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) se podrá realizar a través del portal web SRI en Línea accediendo con su usuario y clave, si aún no cuenta con este requisito dé clic [aquí](#).

Este servicio se encuentra habilitado para ecuatorianos y extranjeros residentes con cédula de identidad ecuatoriana.

Para mayor información sobre el proceso de inscripción en línea, acceda [aquí](#).

En los siguientes casos excepcionales debe solicitar la inscripción mediante trámite electrónico.

- Actividades económicas de comisionista, transporte, educación, salud y otras que requieran autorizaciones específicas de instituciones externas.
- Aquellos que requieran acogerse al Régimen Impositivo Simplificado (RISE).
- Los que tengan una prohibición o privación de un derecho interpuesto por la autoridad judicial.
- Cédulas anuladas por el Registro Civil.
- Fallecidos o menores de edad.

¡Hola! ¿Tienes dudas sobre el coronavirus?



Anexo 4 SRI (2020), Como realizar el trámite del SRI

INGRESO AL MÓDULO DE PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Ingrese el nombre de la cuenta de usuario:

Ingrese la contraseña:

Ingresar

[Registrarse](#) [Recuperar contraseña](#) [Manual para crear cuenta de usuario](#)

INFORMACIÓN PARA AYUDA

Consulta requisitos para permisos de funcionamiento: [Aquí](#)

IMPORTANTE: Para ingresar al sistema, todos los nombres de usuario van con letras mayúsculas, sin importar si se crearon con letras minúsculas y mayúsculas.

[Videotutorial para creación de usuarios](#)

ACCESO A TRÁMITES SISTEMATIZADOS CON NUESTRA INSTITUCIÓN:

Calculadora de Alimentos	Simuladores para el Riesgo Sanitario de tu Producto	Ordenes de Pago
Sistema Buenas Prácticas	Consultores ARCSA	Facturación Electrónica
Botón de pago		

Anexo 5 ARCSA (2020) Formularios y Anexo