



**ELABORADO POR:**

Salomé Durán

**MATERIA:**

Gestión de marca

**TEMA:**

Análisis para creación de marca

**INSTITUCIÓN:**

Instituto Tecnológico Universitario Superior Cordillera

**CARRERA:**

Marketing Digital y Comercio Electrónico

**LICENCIADO:**

Lic. Marco Anrrango

**AÑO LECTIVO:**

2024-2025

# INDICE DE CONTENIDO

TABLA DE IMÁGENES .....	5
HISTORIA Y EVOLUCIÓN .....	7
MISIÓN .....	8
VISIÓN .....	8
VALORES .....	8
<input type="checkbox"/> Calidad: .....	8
<input type="checkbox"/> Respeto:.....	8
<input type="checkbox"/> Amor: .....	8
<input type="checkbox"/> Compromiso:.....	9
<input type="checkbox"/> Responsabilidad: .....	9
<input type="checkbox"/> Honestidad: .....	9
<input type="checkbox"/> Unidad:.....	9
<input type="checkbox"/> Alegría: .....	9
PRODUCTOS Y SERVICIOS .....	9
<input type="checkbox"/> Productos.....	9
<input type="checkbox"/> Servicios.....	11
ANÁLISIS STAKEHOLDERS .....	11
<input type="checkbox"/> Externos .....	11
<input type="checkbox"/> Internos .....	12
PROPUESTA DE VALOR .....	12
F.O.D.A DEL LOGO .....	12
<input type="checkbox"/> Fortalezas .....	12
<input type="checkbox"/> Oportunidades .....	12

<input type="checkbox"/> Debilidades .....	13
<input type="checkbox"/> Amenazas .....	13
PÚBLICO OBJETIVO .....	14
<input type="checkbox"/> Buyer Person 1: "Carolina, la Mamá Práctica" .....	14
<input type="checkbox"/> Buyer Person 2: "Miguel, el Joven Profesional en Movimiento" .....	15
<input type="checkbox"/> Buyer Person 3: "Luis, el Estudiante Ahorrador" .....	16
ANÁLISIS DE COMPETENCIA ( LOGO) .....	17
<input type="checkbox"/> Pizza Parcera.....	17
<input type="checkbox"/> New Happy Meal .....	19
<input type="checkbox"/> Inka Burger Carapungo.....	20
<input type="checkbox"/> Alitas Del Cadillac Carapungo .....	21
TENDENCIAS DEL SECTOR (LOGO) .....	23
<input type="checkbox"/> Big Joe .....	23
<input type="checkbox"/> Tropi Burger.....	24
<input type="checkbox"/> La Gambugia.....	25
PERSONALIDAD E IDENTIDAD DE LA MARCA (LOGO) .....	26
<input type="checkbox"/> Amigable y Familiar: .....	26
<input type="checkbox"/> Práctica y eficiente .....	27
<input type="checkbox"/> Honesta y confiable.....	27
TONO Y ESTILO .....	27
<input type="checkbox"/> Tono .....	27
<input type="checkbox"/> Estilo .....	27
OBJETIVOS DEL LOGO .....	27
<input type="checkbox"/> Función del Logo .....	27

<input type="checkbox"/> Medios de Uso: .....	28
<input type="checkbox"/> Adaptabilidad.....	28
INSPIRACIÓN Y REFERENCIAS .....	28
<input type="checkbox"/> Moodboard Actual .....	28
<input type="checkbox"/> Estudios de Diseños Análogos (Logo).....	29
Feedback (Logo).....	31
<input type="checkbox"/> Pruebas A/B y Encuestas .....	31
NORMAS Y REGULACIÓN .....	43
<input type="checkbox"/> Notificación Sanitaria .....	43
<input type="checkbox"/> Permiso de Funcionamiento.....	43
<input type="checkbox"/> Certificado de Manipulación de Alimentos .....	43
<input type="checkbox"/> Informe Técnico de ARCSA.....	44
<input type="checkbox"/> Certificación de Instalaciones de Gas .....	44
<input type="checkbox"/> Inspección del Cuerpo de Bomberos .....	44
<input type="checkbox"/> Permiso Municipal de Funcionamiento .....	44
Referencias .....	45

## TABLA DE IMÁGENES

Imagen 1- Logo oficial de Pizza Parcera.....	17
Imagen 2 Logo oficial New Happy Meal.....	19
Imagen 3 Logo oficial INKA Burger .....	20
Imagen 4 Logo oficial de Alitas del Cadillac .....	21
Imagen 5 Logo oficial de BIG Joe Burger Factory .....	23
Imagen 6 Logo oficial de TROPI BURGER.....	24
Imagen 7 Logo oficial de La Gambugia.....	25
Imagen 8 Moodboard del Logo Original de Twins Fast Food .....	29
Imagen 9 Moodboard de la propuesta del logo de Twins Fast Food.....	31
Imagen 10 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 1 .....	33
Imagen 11 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 1 .....	33
Imagen 12 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 2 .....	34
Imagen 13 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 2 .....	34
Imagen 14 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 3 .....	35
Imagen 15 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 3 .....	35
Imagen 16 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 4 .....	36
Imagen 17 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 4 .....	36
Imagen 18 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 5 .....	37
Imagen 19 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 5 .....	37
Imagen 20 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 6 .....	38
Imagen 21 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 6 .....	38
Imagen 22 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 7 .....	39
Imagen 23 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 7 .....	39
Imagen 24 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 8 .....	40
Imagen 25 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 8 .....	40
Imagen 26 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 9 .....	41

Imagen 27 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 9 .....	41
Imagen 28 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 10 .....	42
Imagen 29 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 10 .....	42

# INVESTIGACIÓN

## HISTORIA Y EVOLUCIÓN

En el año 2016, dos hermanos gemelos llamados Christian Peñafiel y Bryan Peñafiel con tan solo 18 años de edad, apasionados por los negocios y el buen gusto por la cocina, decidieron crear un emprendimiento donde la comida rápida no solo fuera eficaz, sino también, fresca, deliciosa y hecha con ingredientes de la mejor calidad, ellos soñaban con un local moderno, pero por los escasos recursos comenzaron de cero, empezaron con una pequeña freidora y un menú sencillo, pero lleno de opciones tradicionales e irresistibles, preparadas al momento para sus clientes, así nació “TWINS FAST FOOD”.

Al paso de seis meses, Bryan Peñafiel decidió vender todas sus acciones a su hermano desvinculándose totalmente de la marca, ya que, no confiaba completamente en el crecimiento de ella, por otro lado, Christian Peñafiel no pensaba lo mismo el veía en “TWINS FAST FOOD” una oportunidad de crecimiento.

Con el apoyo de Diana Durán su esposa y madre de su hijo, crecieron día a día en su marca, con constancia, amabilidad y amor a sus clientes. Al transcurrir 1 año, se vieron mejoras en la infraestructura y expansión del menú, sin embargo, se venían tiempos difíciles para la marca y sus dueños. Christian Peñafiel realizó un viaje al extranjero durante 8 meses, dejando a su esposa Diana Durán a cargo del manejo total de la marca, por lo tanto, ella a pesar de su corta edad, a cargo de un bebé y en pleno crecimiento de la marca, hizo todo a la perfección e incluso en ese periodo creó nuevos sistemas de producción y atención al cliente. Cuando Christian regresó el porcentaje de ventas había aumentado un 50%, dejándolo sorprendido por la excelente administración de su esposa.

Actualmente el “TWINS FAST FOOD” lleva 8 años patentada en el mercado, siendo una de la marca más reconocida localmente, expandió su menú hasta un 80% de lo que habían iniciado, su infraestructura es moderna y familiar, por lo tanto, es una excelente opción al

momento de disfrutar con nuestros seres querido, existe una sucursal dentro de la localidad y esperan expenderse al nivel nacional.

## MISIÓN

En TWINS FAST FOOD, ofrecemos comida de alta calidad con recetas originales, productos frescos que al combinarlos presentamos un gran sabor a nuestros clientes, del mismo modo, proveer una experiencia satisfactoria que los haga sentir bienvenidos y valorados.

## VISIÓN

Ser la cadena de restaurantes de comida rápida más grande y reconocida del Ecuador, generando oportunidades de empleo para las familias ecuatorianas y brindando productos de alta calidad a precios accesibles.

## VALORES

- Calidad:
  - Uso de ingredientes frescos y recetas originales que garantizan una experiencia de sabor única.
- Respeto:
  - Respeto por los clientes, empleados y la comunidad, promoviendo un trato igualitario y digno para todos.
- Amor:
  - Pasión y dedicación en cada plato, mostrando amor por la comida y las personas que la disfrutan.



- Compromiso:
  - Fidelidad hacia la calidad de los productos y el servicio, garantizando la satisfacción del cliente.
- Responsabilidad:
  - Cumplir con altos estándares en la preparación de alimentos y en el impacto hacia la comunidad.
- Honestidad:
  - Transparencia en cada interacción, desde los ingredientes hasta el trato hacia los clientes.
- Unidad:
  - Trabajo en equipo dentro de la empresa, fomentando un ambiente colaborativo que fortalece la familia TWINS FAST FOOD.
- Alegría:
  - Crear experiencias llenas de positividad para que los clientes se sientan felices al visitar el local.

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Productos
  - Salchipapa Pequeña
  - Salchipapa Mediana
  - Salchipapa Grande
  - Papi-Carne
  - Papi-Pollo
  - Papi-Huevo
  - Papa completa con carne

- Papa completa con pollo
- Papa mega completa
- Bacon Cheese Fries
- Bacon Fries
- Filete a la plancha
- Filete apanado
- Sanduche de pollo apandado
- Hamburguesa Simple
- Hamburguesa Completa
- Bacon Burger
- Cheese Burger
- Twins Burger
- Mega Twins Burger
- Hot Dog
- Hamburguesa Ranchera
- Hamburguesa Hawaiana
- Hamburguesa Doble
- Hamburguesa Americana
- Champiñon Burger
- Combo 4 alitas
- Combo 6 alitas
- Combo 8 alitas
- Combo 10 alitas
- Combo 12 alitas
- Combo Mixer 1
- Combo Mixer 2

- Combo Familiar 1
- Combo Familiar 2
- Combo Familiar 3
- Servicios
  - Entrega a domicilio
  - Forma de pago variadas
    - Pago con tarjeta de crédito/débito
    - Pago en efectivo
    - Aplicaciones móviles de pago (QR, aplicaciones de pago)
  - Wifi gratuito
  - Servicio de atención al cliente
    - Personal capacitado y amigable
    - Asesoramiento sobre el menú
  - Servicio de reservaciones por llamadas telefónicas
  - Servicio de bebidas no alcohólicas
  - Servicio de comida

## ANÁLISIS STAKEHOLDERS

- Externos
  - SIGMA: Proveedor directo de embutidos de “Juris”
  - Classic Bun: Proveedor directo de pan para hamburguesa
  - ORO: Proveedor directo de embutidos.
  - Santa María: Proveedor directo de vegetales y carne
  - Corporación Carchi: Proveedor directo de papa cero.
  - ARCSA: Agencia de Regulación Sanitaria

- Clientes
- Internos
  - Cristian Peñafiel y Diana Durán: Dueño de la Marca
  - Rita Ruales, Yolanda Mazón, Salome Duran: Franquiciatarios de la marca
  - Empleados

## PROPUESTA DE VALOR

En TWINS FAST FOOD ofrecemos una solución integral para satisfacer tus necesidades alimenticias de manera rápida, económica y deliciosa. Nuestros productos combinan ingredientes frescos y cuidadosamente seleccionados con procesos que garantizan un sabor inigualable, sin comprometer tu presupuesto. Somos el puente perfecto entre calidad y accesibilidad, diseñados para brindar una experiencia gastronómica práctica, placentera y confiable, ya sea para su rutina diaria o para un antojo especial.

## F.O.D.A DEL LOGO

- Fortalezas
  - Fácil de memorizar, es decir, el diseño se distingue por su simplicidad, permitiendo que los clientes lo reconozcan rápidamente.
  - Transmite autenticidad y conexión emocional al público, destacándose por el storytelling detrás de su concepto.
  - Alineado con la identidad de marca, representa los valores principales del negocio, como calidad, amor y respeto.
- Oportunidades
  - El logo es un elemento clave para reforzar la identidad en plataformas visuales como Instagram y TikTok.

- Actualizar la tipografía y colores para estar a la par de las tendencias globales en branding.
- Comunicar la historia detrás del nombre y diseño del logo como una estrategia diferenciadora frente a competidores.
- Debilidades
  - La fuente utilizada no comunica modernidad ni dinamismo, elementos esenciales en el sector de comida rápida.
  - Logo sobrecargado, es decir, los elementos gráficos pueden resultar confusos o difíciles de distinguir en tamaños pequeños o en ciertos formatos.
  - La paleta de colores no está alineada con las tendencias actuales ni transmite frescura o apetitosidad.
- Amenazas
  - El riesgo de que competidores o negocios emergentes copien elementos clave del logo.
  - La falta de renovación podría hacer que el logo parezca anticuado frente a marcas competidoras más modernas, lo que dificulta para destacar en un mercado de comida rápida saturado, especialmente si el logo no es lo suficientemente distintivo.
  - Un diseño que no transmite la frescura y calidad de los productos podría afectar la imagen general de la marca.

## PÚBLICO OBJETIVO

- Buyer Person 1: "Carolina, la Mamá Práctica"
  - *Demografía:*
    - Edad: 35 años
    - Ocupación: Ama de casa / Trabajo a medio tiempo
    - Estado civil: Casada, madre de dos niños
    - Ingreso mensual: Medio
    - Ubicación: Quito – Calderón - Carapungo
  - *Comportamiento y estilo de vida:*
    - Valora opciones de comida rápida para resolver el almuerzo cuando tiene poco tiempo para cocinar.
    - Busca lugares que ofrezcan precios accesibles sin comprometer la calidad, especialmente para sus hijos.
    - Presta atención a promociones familiares o combos que incluyan porciones para niños.
  - *Motivaciones y necesidades:*
    - Ahorrar tiempo en la preparación de alimentos.
    - Asegurarse de que la comida sea fresca y de buena calidad para su familia.
    - Encontrar un ambiente limpio y cómodo para compartir en familia.
  - *Frustraciones:*
    - Comida rápida que parece "procesada" o de baja calidad.
    - Opciones que resultan costosas para un grupo familiar.

- *Mensaje clave para Carolina:*
  - *“En TWINS FAST FOOD pensamos en las familias: combos deliciosos, nutritivos y a precios que se ajustan a tu presupuesto.”*
- Buyer Person 2: "Miguel, el Joven Profesional en Movimiento"
  - *Demografía:*
    - Edad: 28 años
    - Ocupación: Ejecutivo en una empresa tecnológica
    - Estado civil: Soltero
    - Ingreso mensual: Medio-alto
    - Ubicación: Quito – Calderón – Conjunto Casales Buenaventura
  - *Comportamiento y estilo de vida:*
    - Tiene un horario agitado y prefiere opciones rápidas para almorzar entre reuniones o durante la jornada laboral.
    - Prefiere restaurantes que combinen velocidad, conveniencia y calidad.
    - Disfruta de servicios como pedidos en línea o para llevar.
  - *Motivaciones y necesidades:*
    - Asegurarse de comer bien sin gastar demasiado tiempo ni dinero.
    - Disfrutar de una comida sabrosa que le permita seguir siendo productivo durante el día.
    - Encontrar variedad en el menú para evitar monotonía.
  - *Frustraciones:*
    - Comida que tarda demasiado en estar lista.
    - Opciones poco prácticas o con precios inflados con relación a la calidad.
  - *Mensaje clave para Miguel:*
    - *“Rápido, fresco y al alcance de tu bolsillo: TWINS FAST FOOD es tu aliado perfecto para comer bien sin perder tiempo.”*

- Buyer Person 3: "Luis, el Estudiante Ahorrador"
  - *Demografía:*
    - Edad: 21 años
    - Ocupación: Estudiante universitario
    - Estado civil: Soltero
    - Ingreso mensual: Bajo
    - Ubicación: Quito – Calderón – Etapa E
  - *Comportamiento y estilo de vida:*
    - Siempre busca opciones económicas que le permitan comer fuera sin gastar de más.
    - Prefiere lugares donde pueda pasar tiempo con amigos después de clases o en un descanso.
    - Le atraen las promociones y descuentos especiales para grupos o estudiantes.
  - *Motivaciones y necesidades:*
    - Estirar su presupuesto mientras disfruta de una comida rica y abundante.
    - Encontrar un lugar con un ambiente juvenil y accesible.
    - Tener la opción de snacks rápidos o combos económicos.
  - *Frustraciones:*
    - Opciones costosas que no se ajustan a su presupuesto.
    - Porciones pequeñas que no sacian su apetito.
  - *Mensaje clave para Luis:*
    - “*TWINS FAST FOOD: comida deliciosa y llena de sabor, con precios perfectos para estudiantes como tú.*”



## ANÁLISIS DE COMPETENCIA (LOGO)

Hay algunos locales de comida rápida en el sector de Carapungo y El Arenal en Quito, que son los sectores principales de la distribución de Twins Fast Food.

- Pizza Parcera



*Imagen 1- Logo oficial de Pizza Parcera  
Autor: Instagram @pizza.parcera  
Url: <https://www.instagram.com/pizza.parcera/>*

- *Ubicación*

- Se encuentra ubicado en Av. Padre Luis Vacarí 15385.

- *Calificación:*

- Tiene una calificación de 4.9 estrellas en Google Maps.

- *Logo*

- Tipografía:

- Falta de coherencia, lo que significa que, la tipografía es variada y no sigue una misma línea, lo que puede generar una sensación de desorden y falta de profesionalismo.
- Falta de legibilidad, es decir, algunas letras, especialmente las más pequeñas, pueden resultar difíciles de leer, especialmente a distancia.

- Colores:

- Tiene un exceso de colores, el uso de múltiples colores, aunque llamativos, puede sobrecargar visualmente el logo y dificultar que se destaque un elemento en particular.
- Falta de armonía, los colores utilizados no parecen seguir una paleta específica, lo que puede generar una sensación de aleatoriedad.
- Iconografía:
  - Diseño básico, el icono de las rebanadas de pizza es simple y puede resultar genérico, sin aportar un valor distintivo a la marca.
  - Falta de conexión con la marca, es decir, el icono no parece estar estrechamente relacionado con el nombre de la marca "Pizza Parcera" y podría generar confusión.
- Concepto:
  - "Que Chimba Pa", esta expresión, aunque coloquial y cercana al público joven, puede no ser del todo comprensible para un público más amplio o para personas que no estén familiarizadas con el argot ecuatoriano.
  - Falta de diferenciación, el concepto de "pizza parcera" es genérico y no aporta una propuesta de valor única que permita a la marca destacar en un mercado saturado.

- New Happy Meal



*Imagen 2 Logo oficial New Happy Meal*  
*Autor: Facebook @New Happ*  
*Url: <https://www.facebook.com/newhappymeal/>*

- *Ubicación*

- Se encuentra ubicado en Carapungo en la Av. 170204.

- *Calificación*

- Tiene una puntuación de 4.1 estrellas en Google Maps.

- *Logo*

- **Tipografía:**

- La tipografía "New" es llamativa y encurvada, lo que le da un aspecto dinámico y juvenil. Sin embargo, la palabra "Happy Meal" en una tipografía más pequeña y con un estilo diferente puede generar cierta disonancia visual y restar importancia a esta parte del nombre.
- La combinación de mayúsculas y minúsculas en "Happy Meal" podría ser más consistente para mejorar la legibilidad.

- **Colores:**

- El uso del blanco sobre negro crea un contraste fuerte y hace que el texto sea fácilmente legible.

- El color dorado del borde exterior añade un toque de elegancia y sofisticación, pero podría resultar un poco recargado.
- Iconografía:
  - Las llamas en la parte inferior del logo sugieren calor, energía y comida rápida, lo cual es adecuado para un restaurante de comida rápida. Sin embargo, el diseño de las llamas podría ser más detallado y realista para generar un mayor impacto visual.
- Concepto:
  - La palabra "New" sugiere renovación y modernidad, lo cual es positivo para atraer a un público joven. Sin embargo, la combinación con "Happy Meal" puede generar cierta confusión, ya que "Happy Meal" es una marca registrada de McDonald's.
- Inka Burger Carapungo



*Imagen 3 Logo oficial INKA Burger*  
 Autor: Pagina Web Oficial INKA Burger  
 Url: <https://inka.com.ec/>

- *Ubicación*
  - Se encuentra ubicado en, Rio Amazonas y Quito 170133
- *Calificación*
  - Tiene una calificación de 4 estrellas en Google Maps.
- *Logo*
  - Tipografía:

- La tipografía de "Inka" es robusta y llamativa, lo que sugiere fuerza y tradición. Sin embargo, el contraste con la tipografía de "Burger" es demasiado marcado, creando una sensación de desequilibrio.
- La tipografía de "Burger" es más cursiva e informal, lo cual podría no alinearse completamente con la imagen de una marca que busca conectar con la tradición incaica.
- Colores:
  - El uso del blanco sobre negro crea un contraste fuerte y hace que el texto sea fácilmente legible.
  - El color dorado en "Burger" añade un toque de sofisticación, pero podría no ser el más adecuado para representar la cultura incaica.
- Concepto:
  - La palabra "Inka" evoca la cultura ancestral de los incas, lo cual es un buen punto de partida para crear una identidad única. Sin embargo, la conexión entre la comida rápida y la cultura incaica no está del todo clara.
- Alitas Del Cadillac Carapungo



*Imagen 4 Logo oficial de Alitas del Cadillac  
Autor: Pagina Web Oficial Alitas del Cadillac  
Url: <https://alitasdelcadillac.com/>*

- *Ubicación*
  - Se encuentra ubicado en la VGVW+XG3, Quito 170202.
- *Calificación*
  - Tienen una puntuación de 4.5 estrellas en Google Maps.
- *Logo*
  - Tipografía:
    - La tipografía de "Cadillac" es elegante y retro, lo cual evoca la imagen de los automóviles clásicos.
    - La tipografía de "Alitas d'l Cadillac" y "Carapungo" es más informal y menos legible, especialmente a distancia.
    - El uso de la letra "d'l" en lugar de "del" le da un toque más coloquial y cercano, pero puede resultar confuso para algunos.
  - Colores:
    - El fondo amarillo es llamativo y crea un buen contraste con el azul del auto.
    - Los colores utilizados evocan la estética de los años 50 y 60, lo cual puede ser atractivo para un público nostálgico.
  - Iconografía:
    - La imagen de un Cadillac clásico es un elemento icónico y fácilmente reconocible.
    - La combinación del auto con el texto "Alitas d'l Cadillac" crea una conexión clara entre la marca y el producto.
  - Concepto:
    - El logo transmite una sensación de nostalgia y diversión, lo cual puede ser atractivo para un público que busca una experiencia gastronómica relajada y agradable.

- La referencia al Cadillac sugiere calidad y exclusividad, lo que podría posicionar al negocio como un lugar para disfrutar de alitas de alta calidad.

## TENDENCIAS DEL SECTOR (LOGO)

- Big Joe



*Imagen 5 Logo oficial de BIG Joe Burger Factory*  
Autor: Facebook @BIG JOE BURGER FACTORY  
Url: <https://www.facebook.com/Bigjoeburgerfactory/>

- *Ubicación*
  - Se encuentran ubicados en Av. Oswaldo Guayasamín E5-67, Quito 170184
- *Calificación*
  - Tiene una calificación de 3,9 estrellas en Google Maps.
- *Logo*
  - Tipografía:
    - El uso de una tipografía gruesa para "Joe" hace que el nombre destaque. Esto es clave para la recordación de la marca.
  - Colores:

- Rojo, blanco y amarillo, una combinación tradicionalmente asociada con la comida rápida (McDonald's, KFC). El rojo evoca energía y apetito, mientras que el amarillo transmite calidez y felicidad
- Iconografía:
  - No hay un elemento gráfico que por sí solo identifique a la marca, lo que limita su impacto visual en aplicaciones más pequeñas o cuando el nombre no está presente.
- Concepto:
  - El estilo visual se alinea bien con un mercado juvenil y familiar, pero podría ser más distintivo para destacar frente a competidores locales e internacionales.
- Tropi Burger



*Imagen 6 Logo oficial de TROPI BURGER  
 Autor: Pagina Web Oficial TROPI BURGER  
 Url: <https://www.tropiburger.ec/>*

- *Ubicación*
  - Actualmente tienen 28 locales activos alrededor del país.
- *Calificación*
  - La mayoría de los locales tienen una calificación de 4.1 estrellas en Google Maps.
- *Logo*
  - Tipografía:



- La tipografía es clara y funcional, fácil de leer incluso en formatos pequeños. Además, la palabra "BURGER" tiene un diseño más grueso y alargado, lo que la hace destacar visualmente
- Colores:
  - El negro y el naranja dominan el diseño.
  - El negro transmite elegancia y fuerza, mientras que el naranja aporta energía, calidez y dinamismo, cualidades asociadas con comida rápida y juventud.
- Iconografía:
  - La hamburguesa en el ícono conecta directamente con el producto principal de la marca, facilitando la asociación mental con comida rápida.
- Concepto:
  - El logo transmite energía y juventud, en línea con el eslogan ("VIVE MÁS. MANTENTE JOVEN."). La elección de colores y la tipografía refuerzan esta idea.
- La Gambugia



*Imagen 7 Logo oficial de La Gambugia  
 Autor: Pagina Web Oficial La Gambugia  
 Url: <https://lagambugiapizzeria.com/>*

#### ○ Ubicación

- Se encuentra ubicado en Rodrigo Nuñez OE4-35 y, Quito 170184

- *Calificación*
  - Tiene una calificación de 4.5 estrellas en Google Maps.
- *Logo*
  - Tipografía:
    - Aunque es visualmente atractivo, las curvas de la tipografía cursiva podrían dificultar la lectura rápida en formatos pequeños o en aplicaciones digitales.
  - Colores:
    - Predominan tonos marrones y rojos, colores cálidos que evocan horno de leña, tradición y comodidad. Estos colores están bien alineados con la identidad de una pizzería
  - Iconografía:
    - El logo integra un horno de leña estilizado con llamas, un símbolo clásico y directo que conecta con el proceso tradicional de preparación de pizzas.
  - Concepto:
    - La combinación de la tipografía clásica, los colores cálidos y la iconografía tradicional crea un mensaje claro y coherente.

## PERSONALIDAD E IDENTIDAD DE LA MARCA (LOGO)

- Amigable y Familiar:
  - Un lugar donde todos se sienten bienvenidos y valorados, siempre dispuestos a recibirte con una sonrisa.

- Práctica y eficiente
  - Entiende las necesidades de sus clientes y ofrece precios justos, soluciones rápidas y sencillas para el día a día.
- Honesta y confiable
  - Prioriza la calidad y la frescura de sus productos para sus clientes.

## TONO Y ESTILO

- Tono
  - Se maneja un tono amigable y cercano con el cliente, los rostros sonrientes y los ojos grandes en el logo transmiten una sensación de calidez y cercanía, invitando a los clientes a sentirse como en casa. Esto se alinea perfectamente con la personalidad amigable y familiar que deseamos proyectar.
- Estilo
  - Posee un estilo moderno y familiar, ya que, el diseño simple y las líneas limpias le dan al logo un aspecto moderno y atractivo, lo cual es ideal para conectar con un público joven.

## OBJETIVOS DEL LOGO

- Función del Logo
  - La función principal de un logo es representar visualmente una marca o empresa. Es como una huella digital visual que ayuda a los consumidores a identificar y recordar una marca al instante
  - Identifica la marca, comunica los valores y es una experiencia compartida, en pocas palabras, el logo es la representación visual de la esencia de TWINS FAST FOOD y juega un papel fundamental en el éxito de la marca.

- Medios de Uso:
  - Existentes
    - Diseño externo e interno del local
    - Maleta especial para los domicilios
    - Menú digital
    - Redes Sociales
    - Página Web
    - WhatsApp Business
    - Uniforme del Personal
  - Por implementar
    - Empaquetado del producto
- Adaptabilidad
  - El logo de Twins Fast Food, con su diseño minimalista y juvenil, se adapta perfectamente a un nicho de mercado actual, ya que, su estilo visual moderno y familiar comunica amabilidad y cercanía. El logo funciona como un punto de conexión con el mercado, pero debe complementarse con storytelling y mensajes claros que refuercen los valores de frescura y modernidad de la marca.

## INSPIRACIÓN Y REFERENCIAS

- Moodboard Actual



#646464 #90C11D #E7DF38



SANS-SERIF  
ALASASSY CAPS



#000000



Imagen 8 Moodboard del Logo Original de Twins Fast Food

Autor: Canva - Salomé Durán

- Estudios de Diseños Análogos (Logo)
  - Tome referencias de varias marcas dentro del nicho de mercado alimenticio y textil, como, por ejemplo:
    - Zara: Tiene un estilo elegante, sofisticado, moderno y minimalista, lo cual es tendencia actual, transmitiendo lujo accesible, siendo una marca de fast fashion que quiere posicionarse como aspiracional, me

agrado mucho la tipografía sencilla que se maneja por ello esta dentro de mis inspiraciones.

- Calvin Klein: Refleja simplicidad y elegancia, con un fuerte enfoque en el minimalismo, que conecta bien con su propuesta de moda clásica y juvenil, aparte de la tipografía elegante que maneja me agrada mucho, que este perfectamente alineado con tendencias actuales, la simplicidad y limpieza del logo aseguran una buena legibilidad en todos los dispositivos, es decir, se el tamaño no llega a afectar su lectura.
- Victoria's Secret: Tiene un estilo glamuroso, elegante y principalmente sensual, alineado perfectamente con las tendencias actuales, la esencia de la marca se ve reflejada en su logo, por ello está en mis referencias.
- KFC: Tiene un estilo retro-moderno, es decir, el logo combina el retrato icónico con tipografía y líneas limpias reflejando tradición y autenticidad, lo que nos lleva a transmitir confianza, familiaridad y un enfoque en la herencia de la marca. El motivo por el cual lo tomé como una de mis referencias es la tendencia de storytelling visual que ellos tienen, porque su logo funciona en todos los tamaños y canales digitales, lo que refuerza su presencia SEO al ser fácilmente identificable en búsquedas locales y globales.
- McDonald's: Su logo es icónico y universal, es decir, es una de la marca más reconocida mundialmente con una paleta de colores brillante y atractiva, lo que puede llevar a reflejar felicidad, simplicidad y familiaridad, reforzando su concepto de comida rápida y accesible para todos, lo que me encanta de este logo y de la marca

como tal es que su diseño simple pero memorable es altamente adaptable a cualquier plataforma, asegurando un excelente rendimiento SEO gracias a su fuerte presencia global y campañas digitales, por ello es una de mis referencias.



Imagen 9 Moodboard de la propuesta del logo de Twins Fast Food  
Autor: Canva - Salomé Durán

### Feedback (Logo)

Realice un bloque de preguntas sobre la investigación anterior a 25 personas para saber cuales son sus gustos y ver porcentajes en ellos, sobre la marca especialmente el logo.

- Pruebas A/B y Encuestas
  - *Personas que participaron*
    - Daena Muñoz
    - Fernando Zapata

- Evelyn González
- Axel Tapia
- Franklin Jaramillo
- Jacqueline Taramuel
- Marilyn Vaca
- Fabián Duran
- Christian Peñafiel
- Wilson Guzman
- Santiago Camacho
- Salomé Durán
- Carlos Juncay
- Mayra Pantoja
- Erick Soria
- Patricio Moreno
- Mateo Álvarez
- Daniel Pico
- Diana Durán
- Paulina Salas
- Nelson Orozco
- Britny Enriquez
- Monserratte Salgado
- Melanie Larco



○ *Primera Pregunta y Respuestas*

Te gusta el logo actual de "Twins Fast Food" \*

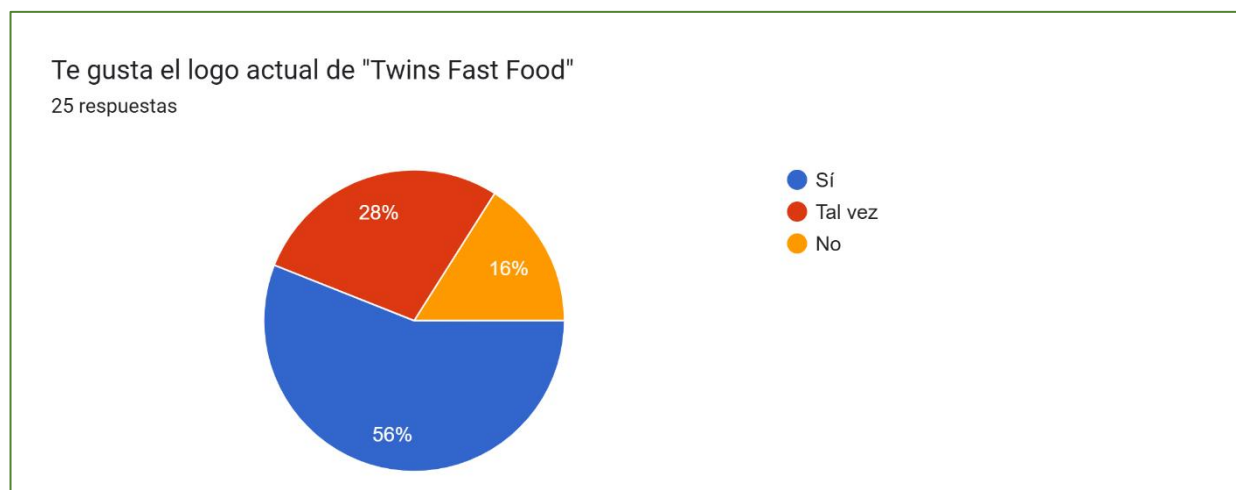


☐ Sí

☐ Tal vez

☐ No

*Imagen 10 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 1*  
*Autor: Google Forms - Salomé Durán*



*Imagen 11 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 1*  
*Autor: Google Forms – Salomé Duran*

○ *Segunda Pregunta y Respuestas*

¿Qué paleta de colores representa más a "Twins Fast Food" ?

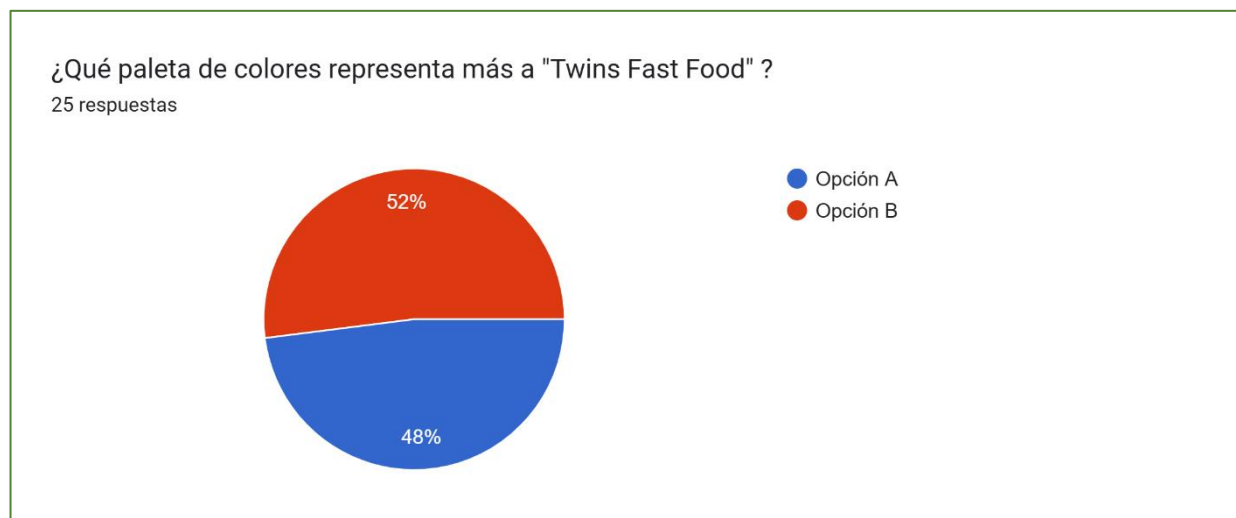
☐ Opción A

#90C11D	#ffff00
#646464	#000000

☐ Opción B

#000000	#646464
#426810	#60941A
#FFDE32	

*Imagen 12 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 2*  
*Autor: Google Forms - Salomé Durán*



*Imagen 13 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 2*  
*Autor: Google Forms – Salomé Duran*

○ *Tercera Pregunta y Respuestas*

¿Qué tipografía representa más a "Twins Fast Food" ?

☐ Opcion A

SANS-SERIF

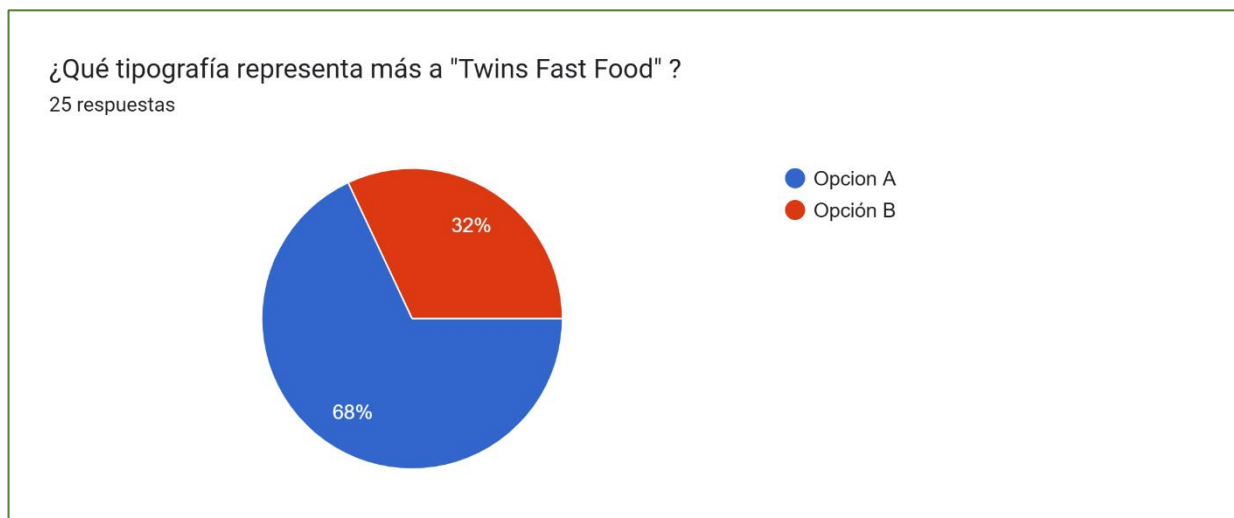
ALASASSY CAPS

☐ Opción B

RALEWAY

Open Sans

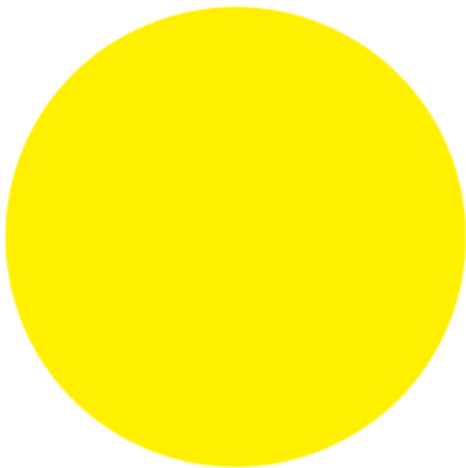
*Imagen 14 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 3*  
*Autor: Google Forms - Salomé Durán*



*Imagen 15 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 3*  
*Autor: Google Forms – Salomé Duran*

○ *Cuarta Pregunta y Respuestas*

¿Qué sensación te genera este color?



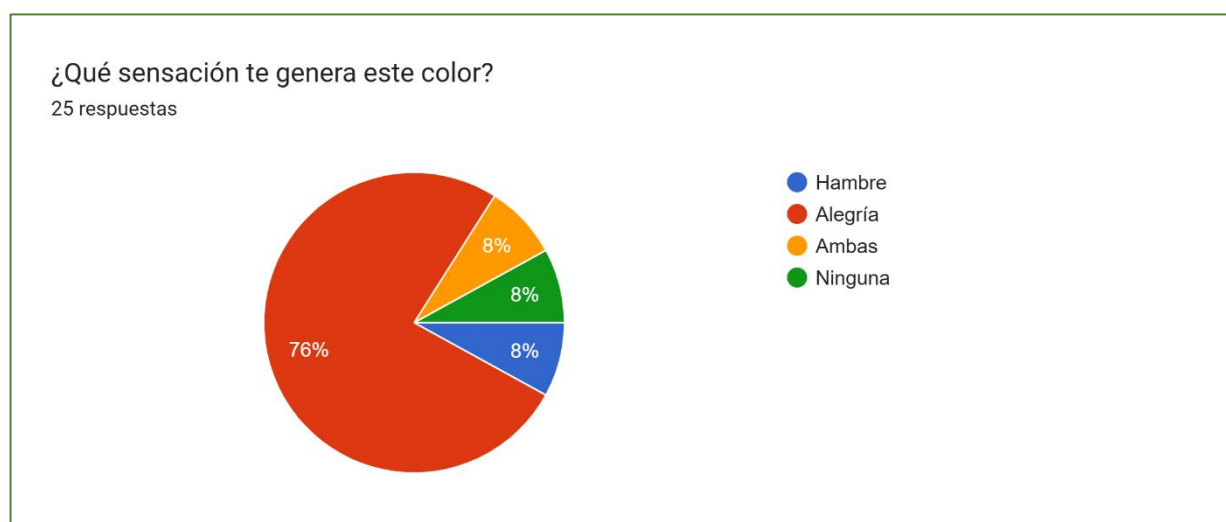
☐ Hambre

☐ Alegría

☐ Ambas

☐ Ninguna

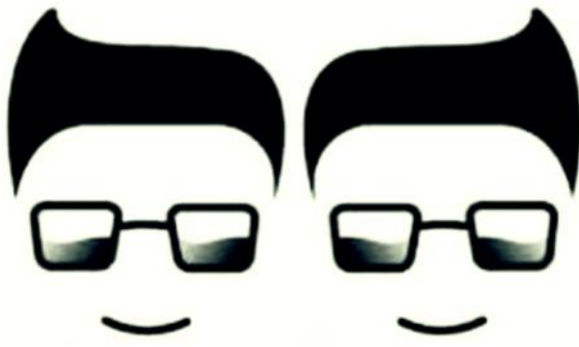
*Imagen 16 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 4*  
*Autor: Google Forms - Salomé Durán*



*Imagen 17 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 4*  
*Autor: Google Forms – Salomé Duran*

○ *Quinta Pregunta y Respuestas*

Piensas que este elemento forma parte de la esencia de "Twins Fast Food"

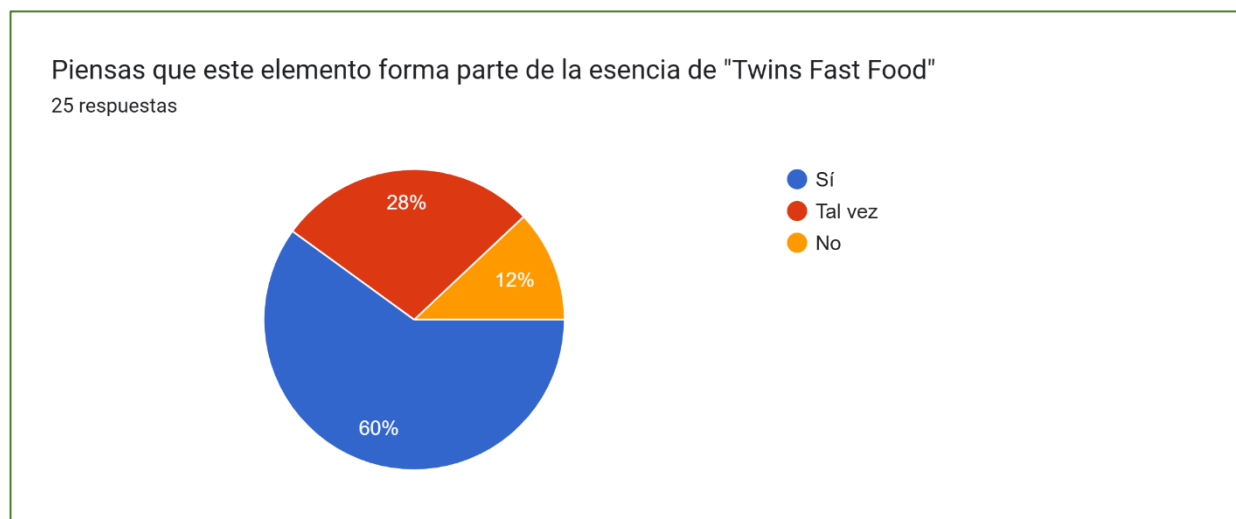


☐ Sí

☐ Tal vez

☐ No

*Imagen 18 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 5*  
*Autor: Google Forms - Salomé Durán*




*Imagen 19 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 5*  
*Autor: Google Forms – Salomé Duran*


○ *Sexta Pregunta y Respuestas*

¿Qué grupo de gusta mas?

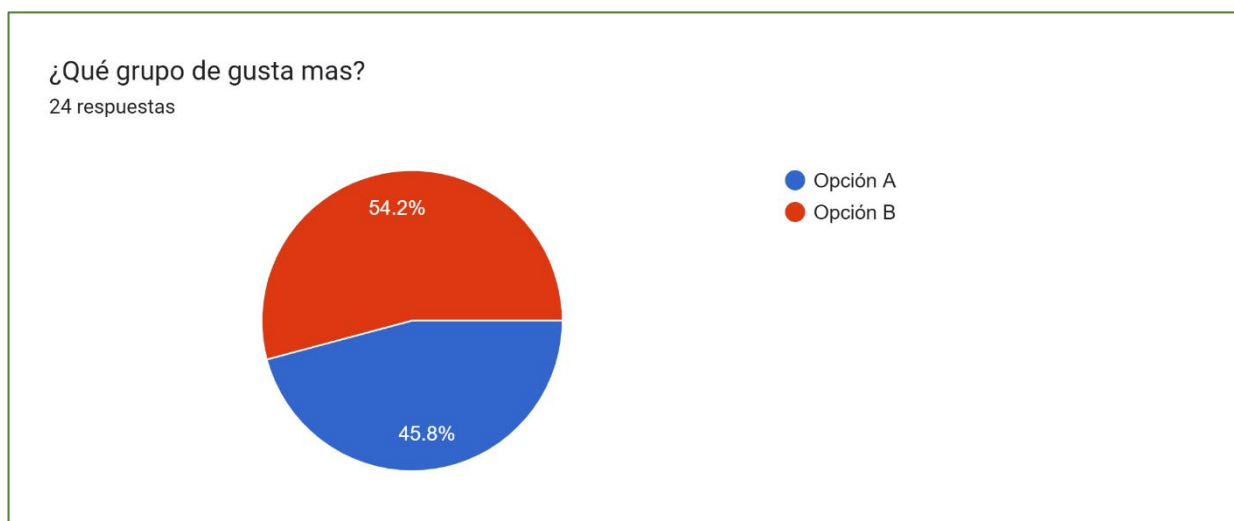
☐ Opción A



☐ Opción B



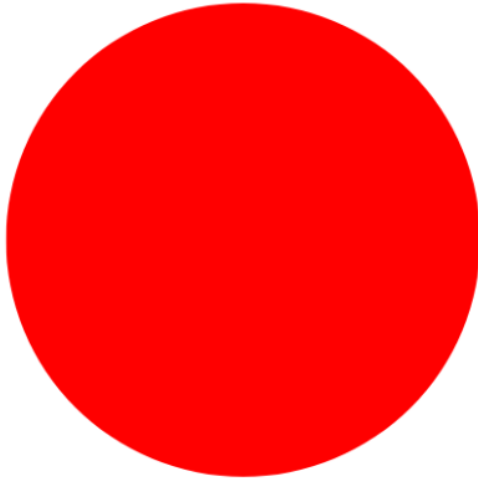
*Imagen 20 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 6*  
*Autor: Google Forms - Salomé Durán*



*Imagen 21 Formulario Feedback Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 6*  
*Autor: Google Forms – Salomé Duran*

○ Séptima Pregunta y Respuestas

¿Qué sensación te genera este color?



☐ Amor

☐ Enojo

☐ Hambre

☐ Ninguna

Imagen 22 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 7  
Autor: Google Forms - Salomé Durán

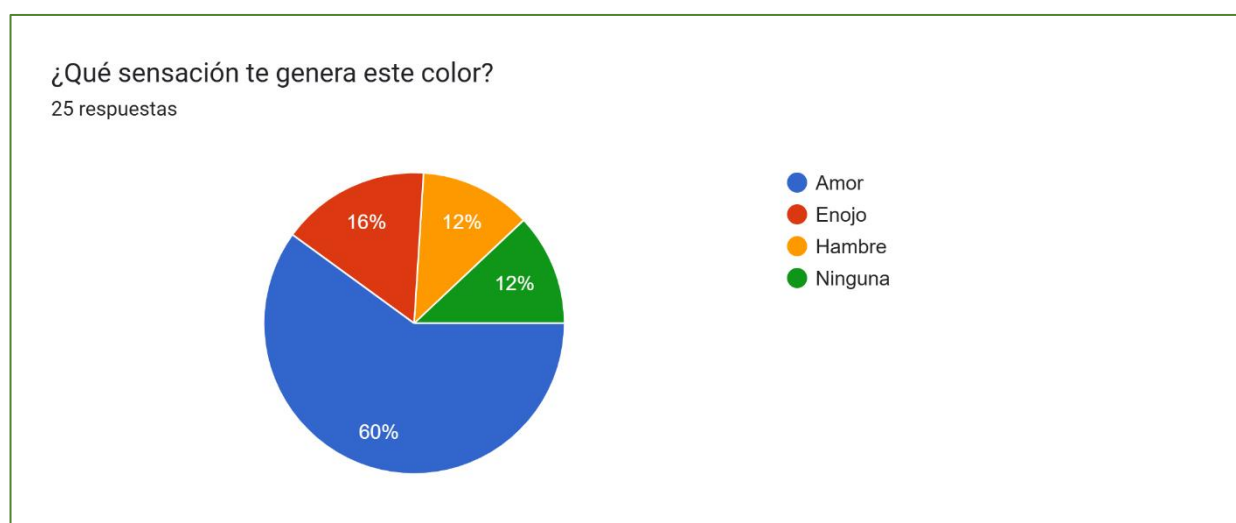



Imagen 23 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 7  
Autor: Google Forms – Salomé Duran

○ *Octava Pregunta y Respuestas*

¿Qué tono te gusta mas?

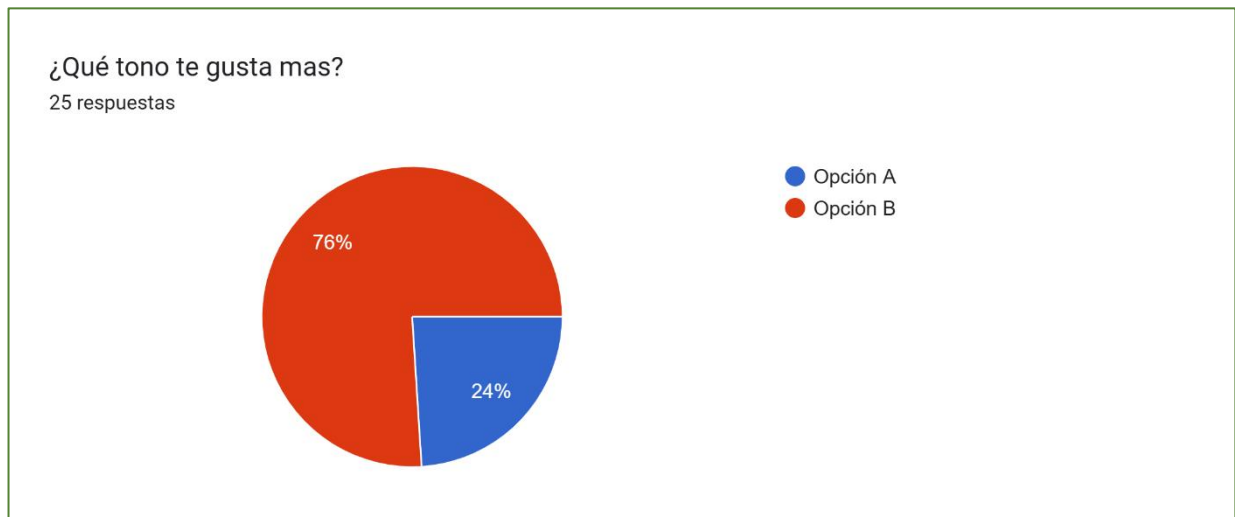
☐ Opción A



☐ Opción B



*Imagen 24 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 8*  
*Autor: Google Forms - Salomé Durán*




*Imagen 25 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 8*  
*Autor: Google Forms – Salomé Duran*




○ *Novena Pregunta y Respuestas*

¿Qué tono te gusta?

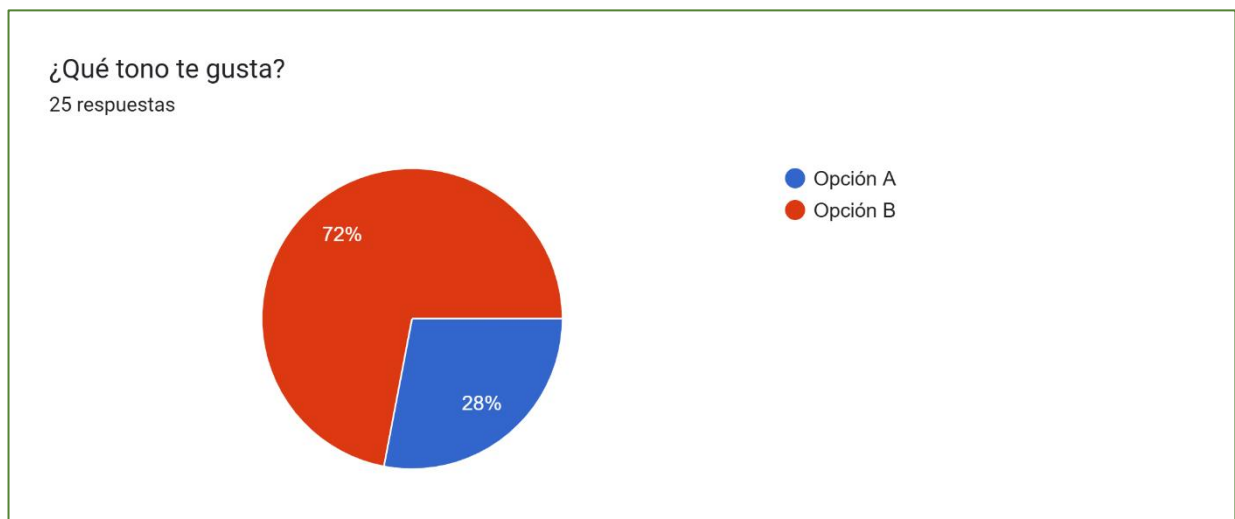
☐ Opción A



☐ Opción B



*Imagen 26 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 9*  
*Autor: Google Forms - Salomé Durán*




*Imagen 27 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 9*  
*Autor: Google Forms – Salomé Duran*


○ *Decima Pregunta y Respuestas*

¿Qué imago tipo te agrada más?

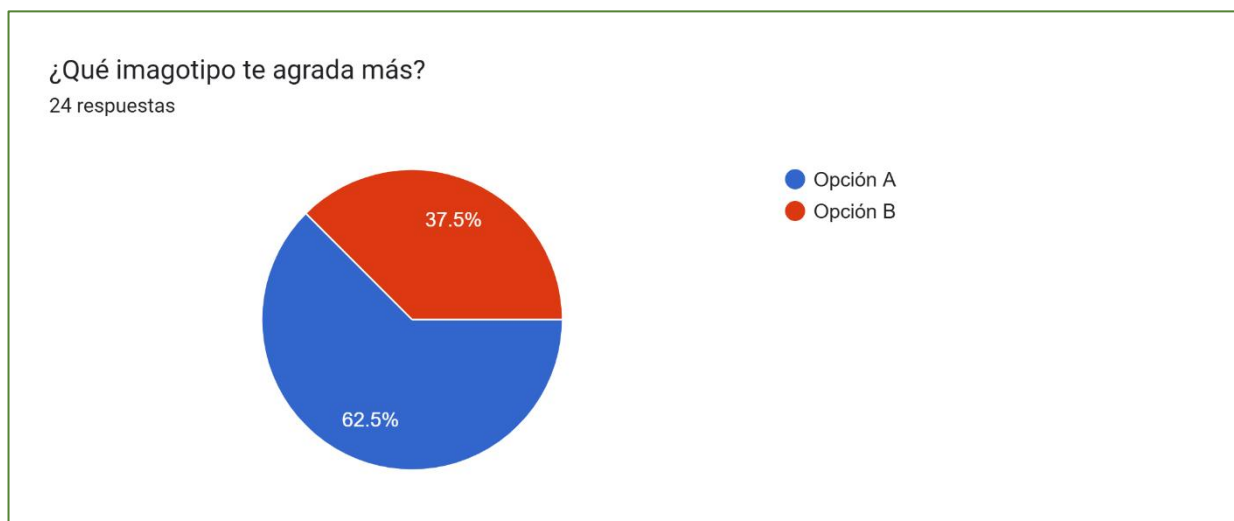
☐ Opción A



☐ Opción B



*Imagen 28 Formulario Feedback Logo - Twins Fast Food – Pregunta 10  
Autor: Google Forms - Salomé Durán*



*Imagen 29 Formulario FeedBack Logo – Twins Fast Food – Respuesta y grafico – Pregunta 10  
Autor: Google Forms – Salomé Duran*

## NORMAS Y REGULACIÓN

*(ARCSA, s.f.)*

El ARCSA regula principalmente temas sanitarios. Para obtener el **Permiso de Funcionamiento de ARCSA**, debes garantizar que las áreas de cocina, almacenamiento de alimentos y equipos (incluido el uso de gas) cumplan con las normas sanitarias y de higiene.

*(Emisión de Permisos de Funcionamiento, s.f.)*

ARCSA no inspecciona directamente las instalaciones de gas, pero al evaluar las condiciones sanitarias, pueden verificar que no haya riesgos relacionados con fugas u otros problemas graves.

Para operar un local de comida rápida en Ecuador bajo las regulaciones de **ARCSA** (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria), necesitas principalmente estos permisos:

- Notificación Sanitaria
  - Declarar tu actividad ante ARCSA, indicando que manipularás alimentos y cumples con las normativas sanitarias.
- Permiso de Funcionamiento
  - Es obligatorio y se obtiene tras cumplir con las condiciones higiénico-sanitarias establecidas. Lo tramitas en línea a través de la plataforma de ARCSA.
- Certificado de Manipulación de Alimentos

- Todos los trabajadores que manipulen alimentos deben tener esta certificación, la cual demuestra que conocen las normas básicas de higiene y seguridad.
- Informe Técnico de ARCSA
  - Este documento verifica que tu local cumple con las normas sanitarias para procesar y vender alimentos.
- Certificación de Instalaciones de Gas
  - Contrata una empresa o técnico calificado que realice la instalación del sistema de gas (tuberías, cilindros o tanques estacionarios). La instalación debe cumplir con las normas del Ministerio de Energía y Recursos Naturales no Renovables sobre seguridad y eficiencia energética. Recibirás un certificado de instalación segura emitido por el técnico o la empresa.
- Inspección del Cuerpo de Bomberos
  - El Cuerpo de Bomberos de tu localidad inspeccionará las instalaciones de gas, junto con otros aspectos de seguridad, como extintores, señalética, y salidas de emergencia, debes solicitar el Certificado de Inspección del Cuerpo de Bomberos, que será requisito para el permiso municipal de funcionamiento.
- Permiso Municipal de Funcionamiento
  - Este permiso lo emite el Municipio de tu ciudad y exige:
    - El certificado del Cuerpo de Bomberos.
    - Planos o diagramas de las instalaciones (incluyendo gas).
    - Otros requisitos locales (como uso de suelo aprobado).

## Referencias

- ARCSA. (s.f.). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Recuperado el 09 de 12 de 2024, de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <https://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- El Nuevo Ecuador*. (s.f.). Recuperado el 09 de 12 de 2024, de El Nuevo Ecuador: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>