



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR SEDE ESMERALDAS**



**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Proyecto de Grado:

**ANÁLISIS DE LA CADENA LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN,
COMERCIALIZACIÓN, Y NEGOCIACIÓN DEL RESTAURANTE “SÚPER
ENCEBOLLADOS ESCORPIÓN”**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Económica financiera (Proyecto micro empresariales / Sociales)

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

AUTORA:

MACIAS ARTEAGA MAYRA LISSETH

ASESORA:

DRA. TAHIMI ACHILE VALENCIA M.Sc

Esmeraldas- Ecuador

2013

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, previo a la obtención del título en Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.

PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTOR DE ESCUELA

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo MACIAS ARTEAGA MAYRA LISSETH con cédula de identidad # 0803141431 - 1, estudiante de la facultad de ciencias administrativas y contables de la escuela de contabilidad y auditoría de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, declaro que soy responsable de las ideas, resultados y conclusiones expuestos en esta tesis.

En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

MACIAS ARTEAGA MAYRA LISSETH
C.I. 080314143-1
AUTORA

AGRADECIMIENTO

No hay palabras para agradecer a todas las personas que me han acompañado a lo largo de mi formación profesional y personal.

- ✚ Antes que nada esta nuestro creador Dios gracias por haberme guiado y dado fortalezas en cada uno de mis pasos.
- ✚ A mis padres Víctor y Cecilia por la confianza y el apoyo brindado, por enseñarme que tenemos que ser perseverantes para alcanzar las más grandes metas, así como los valores inculcados y el excelente ejemplo de vida a seguir.
- ✚ A mis hermanos y familiares por darme fuerzas a seguir adelante con mi carrera a no dejarme caer, y llenar mi vida de amor cuando más lo he necesitado.
- ✚ A mis Catedráticos Orlin Álava, Patricio Martínez, Elías Salazar, Luis Vergara, Ruth Quiñonez, David Rodríguez, Teresa Ortiz, José Roa; mil gracias por todos los conocimientos y experiencias que impartieron para enaltecer mi formación académica.
- ✚ A mis compañeras mil gracias por el apoyo incondicional, la motivación que mutuamente nos dimos para lograr el objetivo en común, que por muchos años nos unió.
- ✚ A mi negrito por apoyarme y darme amor cuando más lo necesite, y sobre todo por comprender lo que esto significa para mí.
- ✚ De manera especial un agradecimiento inmenso a mi asesora Doctora Tahimi Achile que me guio durante este hermoso proceso de aprendizaje y tener demasiada paciencia, así como haberse convertido en una verdades amiga, al Abogado Ramón Angulo, por todos los consejos que me brindo para elaborar este trabajo, al Ingeniero Cristhian Mora por ser mi lector y ayudarme a focalizar en cosas de suma importancia, a la Ingeniera Cecilia Velasco quien se convirtió en la pieza fundamental para alcanzar mi más grande anhelo, ayudándome en todo el proceso de la investigación.

DEDICATORIA

A Dios por hacer posible este sueño, dándome la vida y fuerzas para terminar este trabajo de investigación.

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en mi educación académica, como de la vida, por el incondicional apoyo que siempre me han dado.

A mis hermanos Johanna y Alexander por estar siempre conmigo y apoyarme en todas las cosas que me propongo, a mis pequeños Julieth, Jair y Alain, para que vean en mí un ejemplo a seguir, recordando que no importa los sacrificios que realicemos para alcanzar nuestra meta.

Mayra Lisseth Macías Arteaga

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio realizado indica que Súper Encebollado Escorpión requiere mejorar la imagen y aplicar estrategias que le permita adaptarse al mercado actual, con la finalidad de que sus clientes se sientan satisfechos, con el producto y el servicio que reciben, jugando un papel muy importante el recurso humano que tiene el negocio.

El objetivo de este trabajo fue analizar la *Cadena Logística de Distribución, Comercialización y Negociación del Restaurante Escorpión*, el cual se realizó mediante un estudio descriptivo, analítico y de campo lo cual fue significativo para buscar mejorar los procesos operativos y financieros, diseñando estrategias de mercado, las cuales se puedan adaptar a la normativa legal con la finalidad de mantener un eficiente control.

Se utilizaron las técnicas de encuestas aplicadas a los clientes y trabajadores, entrevistas al propietario y a los competidores y observación directa realizado por el investigador a los procesos operativos del negocio objeto de estudio y los competidores, permitiendo contar con una formación suficiente donde se pudo evidenciar ciertas debilidades del negocio como de la competencia .

Como resultado de este estudio se pudo evidenciar que Súper Encebollados Escorpión necesita mejorar su imagen, así como los procesos para cubrir la demanda y siga posesionándose en el mercado, por lo tanto se hizo una propuesta de mejoramiento integral que conlleva a optimizar los recursos tanto en la parte operativa y financiera.

La propuesta contable - financiera involucra una inversión total de \$85.927,55, (Ver anexo # 12) la misma que será financiada con aporte del propietario en un 52,37% y la

diferencia con una entidad financiera con un costo de capital tasa menor del 7,58%. Bajo el escenario de esta tasa refleja un VAN de \$ 81.346,96, una relación costo beneficio de 1,95 y la recuperación en tres años aproximadamente, si consideramos otro escenario con una tasa mayor del 17.58% el VAN sería \$29.681,33, un Costo beneficio de \$ 1,35 y una tasa interna de retorno del 27%, todo esto considerando las ventas, costos y gastos que generaría el proyecto a lo largo de su vida útil considerándose que la propuesta es viable, por cuanto genera rentabilidad el proyecto.

La propuesta administrativa operativa género que se plantee un manual de funciones, un reglamento interno y un plan de marketing, lo cual será de gran ayuda para dar una nueva imagen a Súper Encebollados Escorpión y de esta manera lograra de satisfacer en forma eficiente y eficaz el mercado esmeraldeño.

ABSTRACT

The study indicates that stew Super Scorpio required to improve the image and implement strategies that enable it to adapt to the current market , in order that their customers are satisfied with the product and service they receive, playing a very important role the resource human having the business.

The aim of this study was to analyze the Logistics Supply Chain , Marketing and Trading Restaurant Scorpion, which was performed using a descriptive , analytical and field study which was significant to seek to improve the operational and financial processes , designing market strategies , which can be tailored to the legal regulations in order to maintain efficient control.

Survey techniques applied to customers and workers , interviews the owner and competitors and direct observation made by the researcher to operational business processes under study and competitors were used , allowing to have sufficient training became evident where certain weaknesses of the business and competition.

As a result of this study could show that onions Super Scorpio needs to improve its image , and processes to meet demand and continue taking possession on the market, therefore a comprehensive improvement proposal that leads to both optimize resources became operational and financial side .

The proposed accounting - financial involves a total investment of \$ 85,927.55 , (See Attachment # 12) the same to be funded with contributions owner in a 52.37 % and the difference with a financial institution with a capital cost of lower rate 7.58% .

Under the scenario this rate reflects a NPV of \$ 81,346.96 , cost benefit ratio of 1.95 and recovery in about three years , if we consider another scenario with a higher rate of

17.58 % the NPV would be \$ 29,681.33 a cost benefit of \$ 1.35 and an internal rate of return of 27% , considering all this sales , costs and expenses that the project would generate over its useful life considered that the proposal is feasible , because the project generates profits .

Operational administrative proposal genre manual functions , rules of procedure and a marketing plan is raised , which will help to give a new image to onions Super Scorpion and thus managed to meet efficiently and effectively Esmeraldas market.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por interés conocer la situación actual en la que se encuentra SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPIÓN, en una sociedad que cada día se exige más, por lo cual se ha visto la necesidad de realizar un análisis de la cadena logística de distribución, comercialización, y negociación con la finalidad de mejorar los procesos y aumentar la participación en el mercado.

La investigación está estructurada en cinco capítulos que se describen a continuación:

En el primer capítulo se identifica el problema, estableciendo el lugar donde se llevara a cabo la investigación, a la vez que se hace mención de los motivos por los cuales se va a realizar la investigación, planteando los objetivos.

El segundo capítulo Se fundamenta a través del marco teórico, en la que se especifican los antecedentes de la investigación, los cuales tienen relación con el tema planteado, de esta forma se fortalece los conocimientos en base a los temas del trabajo.

El tercer capítulo corresponde a la metodología que se aplicó en el trabajo, en la que se recalca el tipo de métodos y técnicas que se utilizaron para la recolección de datos.

El cuarto capítulo abarca el análisis de los resultados del trabajo investigativo como se plantean estrategias de marketing, organizacionales y técnicas, así mismo se encuentra el estudio financiero el cual demuestra la inversión que se propone para mejorar la imagen del negocio, así como la recuperación del capital a invertir.

El ultimo capitulo es decir el quinto es donde se determinan las conclusiones y recomendaciones que se obtiene una vez de haber terminado con el proceso investigativo.

La realización de este trabajo ha sido posible gracias a la disposición de quienes conforman el negocio y de los competidores quienes estuvieron prestos a brindar la información necesaria para realizar la investigación.

La propuesta que se hace se la puede considerar como las alternativas más saludable para mejorar la imagen del negocio, esto no significa que sea la única opción, de igual manera el presente trabajo estas susceptibles a cambios o modificaciones futuras.

ÍNDICE

Tribunal de graduación	i
Autoría	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen ejecutivo	v
ABSTRACT	vii
Introducción	ix
Índice	xi

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problemática de Investigación	1
1.2 Justificación	1
1.3 Objetivos	2
1.3.1 Objetivo General	2
1.3.2 Objetivos Específicos	2

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes de Estudio	4
2.2 Fundamentación Teórica	5
2.2.1 Las Pequeñas y Medianas Empresas	5
2.2.2 Gastronomía de las PYMES	6
2.2.3 Un giro Total Cadena logística	6
2.2.4 Distribución.	7
2.2.5 Comercialización.	7
2.2.6 Negociación	8
2.2.7 Innovación total Marketing	8
2.3. Fundamentación Legal	9

2.3.1 Constitución de la República	9
2.3.1 Permisos de Funcionamientos	9

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Métodos Utilizados en la Investigación	11
3.2 Construcción Metodológica del Objetivo de Investigación	11
3.2.1 Nivel de la Investigación	11
3.3 Recolección de la Información Empírica	12
3.3.1 Información Primaria	12
3.3.2 Información Secundaria	12
3.4 Descripción de la Información Obtenida	13
3.5 Construcción de los Resultados	13

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Organización Estratégica	14
4.1.1 Diagnóstico de la Situación Actual del Negocio	14
4.1.2 Evolución del Negocio	14
4.2 Matriz FODA	16
4.2.1 Matriz de ponderación y calificación del FODA	16
4.2.2 Análisis Matriz FODA de Súper Encebollados Escorpión	18
4.2.3 Matriz de cruce de estrategia del FODA	20
4.3 Organización Estratégica	21
4.3.1 Organización del Negocio	21
4.3.1.1 Aspectos administrativos	21
4.3.1.2 Nombre	21
4.3.1.3 Personal actual de la Empresa y las Funciones que cumplen	22
4.4 Requisitos para el Funcionamiento	23
4.4.1 Aspectos generales	23
4.4.1.1 Servicio de Rentas Internas	23

4.4.1.2 Permisos municipales	24
4.4.1.3 Patente municipal	24
4.4.1.4 Permiso de funcionamiento de higiene del municipio	24
4.4.1.5 Permiso del Cuerpo de Bomberos	25
4.4.1.6 Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento	25
4.4.1.7 Permiso por parte del Ministerio de Turismo	26
4.4.1.8 Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual (IEP)	26
4.4.1.9 Requisitos para el registro de marca	26
4.4.2 Modalidad de contratación del personal	27
4.5 Estudio de Mercado	27
4.5.1 Definición del producto	28
4.5.1.1 Clasificación del producto	28
4.5.1.2 Característica del producto	28
4.5.1.3 Ciclo de vida del producto	30
4.5.2 Ventas Históricas	31
4.5.3 Investigación de mercado	32
4.5.3.1 Análisis de la oferta	32
4.5.3.2 Oferta existen en el mercado	33
4.5.4 Competidores	35
4.5.4.1 Características importantes de la competencia	37
4.5.5 Análisis de la demanda – Clientes	38
4.5.5.1 Perfil del cliente	39
4.5.5.2 Factores que influyen en la demanda	46
4.5.6 Productos	46
4.5.6.1 Precio	49
4.5.6.2 Precio de la competencia	51
4.5.7 Logística	52
4.5.7.1 Distribución	52
4.5.7.2 Comercialización	53
4.5.8 Garantía del servicio y producto	54
4.5.9 Marketing	55
4.5.9.1 Promoción	55
4.5.9.1.1 Publicidad	56
4.6 Localización	57

4.6.1 Determinación del tamaño óptimo de la planta de producción.	57
4.6.1.1 Localización	57
4.6.1.1.1 Macrolocalización	57
4.6.1.1.2 Microlocalización	58
4.6.1.2.1 Microlocalización de los puntos de ventas	58
4.7 Estudio Técnico	61
4.7.1 Flujos de Procedimientos	61
4.7.1.1 Flujo general	61
4.7.2 Planta de producción	63
4.8 Inventario Existente de Súper Encebollados Escorpión	64
4.9 Impactos	64
4.9.1 Impacto Social	65
4.9.2 Impacto Cultura	66
4.9.3 Impacto Económico	67

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones	68
5.2 Recomendaciones	69

BIBLIOGRAFÍA

PROPUESTA

ANEXOS

PROPUESTA

I Tema	1
II Importancia	1
III Objetivos	1
IV alcance	2
V Factibilidad	

CAPITULO I

PROPUESTA ADMINISTRATIVA

1.1 Misión	3
1.2 Visión	3
1.3 Objetivos	3
1.4 Valores	4
1.5 Organigrama Estructural	4
1.6 Manual de Funciones	6
1.7 Reglamento Interno	18
1.8 Selección del Personal	30
1.8.1 Contratación del personal	30
1.8.2 Inducción del personal	31
1.8.3 Remuneraciones	31
1.9 Mejoramiento de la estructura de la matriz	32
1.10 Implementación del área administrativa	34
1.11 Formatos para el control Interno	35
1.12 Manual del sistema contable	38

CAPITULO II

PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING

2.1 Logo	41
2.2 Slogan	42
2.3 Publicidad	43
2.4 Promoción de ventas	46
2.5 Valor agregado	47
2.6 estrategias de ventas	48

CAPITULO III

PROPUESTA DE FLUJOS DE PROCESOS

3.1 flujos de procesos	50
3.1.1 Flujo general	50
3.1.2 Adquisición del pescado	52

3.1.3 Adquisición de materiales	54
3.1.4 Preparación del producto	56
3.1.5 Flujo de distribución	58
3.1.6 Comercialización del producto	60
3.1.7 Negociación	62
3.1.7.1 Negociación del producto modelo	62
3.1.7.2 Negociación	62

CAPITULO IV

PROPUESTA ECONÓMICA FINANCIERA

4.1 Inversión	65
4.2 financiamiento de la inversión	73
4.3 Ventas proyectadas	74
4.4 Gastos Administrativos	75
4.5 Costos de producción	75
4.6 estado de situación inicial	76
4.7 estado de resultado	78
4.8 Flujo de caja proyectada	80
4.9 Punto de equilibrio	81
4.10 Análisis de sensibilidad	82

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN

La organización de las empresas es la clave del éxito, sin embargo es evidente que las microempresas no se encuentran organizadas de una manera adecuada, lo cual impide el desarrollo de las actividades y un mejor servicio a los clientes.

Súper Encebollado Escorpión a lo largo de sus años de servicio ha venido trabajando de una manera empírica, con una estructura organizativa no adecuada y un personal que demuestra ciertas debilidades al momento de brindar el servicio, impidiendo manejar, las actividades en forma eficiente lo que no contribuye a conocer en un momento dado su situación financiera, como también el resultado en un periodo económico.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Súper Encebollado Escorpión ha sido un pequeño negocio que se ha posesionado en el mercado durante muchos años brindando un aporte importante que ha permitido mejorar la calidad de vida de muchos trabajadores.

El trabajo de investigación pretende mejorar la calidad de los servicios constituyendo en un componente importante para todo tipo de negocio, el cual va a beneficiar al:

Propietario del Súper Encebollado Escorpión porque contara con una cadena logística la cual permitirá el mejoramiento de la distribución del producto con la finalidad de consolidar todos los puntos de ventas estratégicos que mantiene como parte del negocio.

Se mejorará la imagen del negocio con la finalidad de captar más clientes ofreciendo servicios de calidad, para la satisfacción de los consumidores.

Mejorar la estructura administrativa, contable, con la finalidad de que el propietario conozca la situación financiera y económica lo que permitirá tomar decisiones acertadas y oportunas a través de un negocio legalmente constituido para poder liderar en el mercado.

Finalmente el proyecto será de beneficio para la autora por cuanto representa la oportunidad de poner en prácticas los conocimientos y experiencias adquiridas durante la formación profesional, así como la posibilidad de poder apoyar a la empresa en el mejoramiento de los procesos, teniendo como resultado una eficiencia en sus operaciones y por ende, mejora de su imagen micro empresarial.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General:

Analizar la cadena logística de distribución, comercialización y negociación del restaurante “súper encebollados escorpión”, mediante un estudio descriptivo para mejorar los procesos administrativos u operativos y contables financieros.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- ✚ Realizar un análisis situacional del negocio “Súper Encebollados Escorpión” mediante la herramienta FODA.
- ✚ Diseñar estrategias de mercado que permita una mejor distribución y comercialización mejorando la imagen de Súper Encebollados Escorpión.

- ✚ Desarrollar un sistema administrativo u operativo acorde a la estructura del negocio basado en la normativa legal, con la finalidad de mantener un mejor control.
- ✚ Proponer un sistema contable de fácil manejo que permita registrar las operaciones de manera ordenada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

En la actualidad la economía del Ecuador está constituida mayoritariamente por negocios informales, y las microempresas, sin embargo no se tiene en consideración el valor agregado que se debe implementar a los productos, y mucho menos la importancia de constituirse legalmente, optando por procesos claves que midan la rentabilidad de las empresas.

En el Ecuador en las últimas década se ha visto un auge de negocios de restaurante caracterizados primordialmente por los encebollados, los cuales han influenciado la cultura de todos los ecuatorianos, ya que este tipo de negocios se encuentra en varias ciudades del país, esto se lo puede constatar en estudios realizados anteriormente.

Uno de los estudios que se realizaron fue “La Propuesta de un modelo para el mejoramiento continuo de la calidad del servicio para restaurante cevichera encebollados los del Triángulo”, en la ciudad de Quito elaborado por *Mayra Alexandra Sandoval Quispe en el año (2006)*, de la cual se obtuvieron resultados en el aumento de las ventas, mejorando la imagen que ofrecen.

Otra investigación basada al mismo negocio fue realizado por *Belén Vascones en el año (2009)* con el tema plan de negocio para una Franquicia de Encebollados los del Triángulo, la cual indica que la compra de una franquicia sería lo mejor para brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Se ha encontrado información sobre investigaciones realizadas en Esmeraldas sobre Plan de negocios para la creación de un restaurant en la parroquia Súa, Cantón Atacames, provincia de Esmeralda en el año 2012 por *Marquinez Quiñonez, Yomaira Galicia*, la cual sirve de apoyo para garantizar la investigación propuesta con la finalidad de medir la satisfacción de los turistas.

Por lo tanto realizar la investigación sobre ANALISIS DE LA CADENA LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, Y NEGOCIACIÓN DEL RESTAURANTE “SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPIÓN” tiene bases para fundamentar la investigación, basándose en estudios realizados y sobre libros de cadena logística que se basa en el mejoramiento continuo de los negocios esto se puede sustentar en el documento como Gestión Logística Integral (2010) por Mora García Luis Aníbal.

Sin duda hay que considerar aspectos claves en el estudio a realizar, de manera idónea, con la finalidad de dar una propuesta acorde con la problemática del negocio objeto del estudio; Siendo Esmeraldas una provincia con grandes atractivos turísticos, ayuda a que turistas visiten sus hermosas playas, factor que hay que explotar para dar a conocer la gastronomía de Esmeraldas en especial el encebollado que forma parte de la alimentación de los esmeraldeños y porque no decir de los ecuatorianos.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Las Pequeñas y Medianas Empresas

Las PYMES son empresas que mantienen limitaciones tanto en el número de trabajadores como en sus ingresos, sin embargo en la práctica contable tiene el mismo tratamiento que las demás empresa, excepto que no se publica la información de financiera, las PYMES se caracterizan por tener un crecimiento lento pero a su vez es el motor de la economía de los países. Según Arias, V (2012)

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo al volumen de ventas, capital social cantidad de trabajadores y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro País las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre la que se descartan comercio al por mayor y por menor, agricultura, silvicultura, industrias manufacturera, construcción, transporte almacenamiento y comunicaciones, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, servicios comunales, sociales y personales.

2.2.2 Gastronomía de las PYMES

La gastronomía en el Ecuador es muy variada, la forma de preparar platos, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas culturas que componen el país, esto se debe a que se encuentran cuatro regiones naturales, este tipo de negocios es formado mayoritariamente por familia y se caracterizan por ser pequeñas y medias empresas. Según Núñez, J (2009) dice:

El Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica. Una comida auténtica y mestiza, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos y en la que se han fundido, mejor, se han cocido - sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes.

2.2.3 Un giro Total Cadena logística

La logística es el proceso no solo de planear sino de manejar todos los procesos de manera correcta con la finalidad de satisfacer al cliente brindando un producto de calidad, el cual tenga el precio justo, logrando canalizar un esquema de red logística interna y externa. Según GSI Colombia & Consejo de Administración Logística (2010) indican que:

Logística es el proceso de planear, controlar y administrar la cadena de abastecimiento y distribución, desde el proveedor hasta el cliente y con un enfoque en la red de valor y colaboración entre los actores de la red logística interna y externa. La logística es el proceso de planear, implementar y controlar el flujo y almacenamiento eficiente y a un costo efectivo de las materias primas, inventarios en proceso, de producto terminado e información relacionada, desde los puntos de origen hasta los de consumo; con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes. (p.7)

2.2.4 Distribución.

La distribución no es más que el medio que las empresas utilizan para hacer llegar sus productos de manera correcta, a tiempo y sin perder la calidad del producto para conseguir la satisfacción del cliente, considerando que en el traslado de un lugar a otro podría surgir algún tipo de novedad las cuales afectarían al producto. Para evitar todo tipo de problema se organiza conjuntamente con la logística de distribución. Según Bureau Veritas (2011) define “La distribución física implica la planificación, la instrumentación y el control del flujo físico de los materiales desde el almacén central, regulador hasta los puntos de ventas.”

2.2.5 Comercialización.

La comercialización es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de producción hasta el lugar en el que se comercialice, con la finalidad de satisfacer de una manera correcta a los consumidores, teniendo en consideración un canal de distribución adecuado. Según Ugarte, (2003) “Plantea que la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución.”

2.2.6 Negociación

Se puede indicar que la Negociación es lograr llegar acuerdos en donde más de dos partes son beneficiarias una recibiendo el servicio o producto y la otra económicamente, las partes empiezan discutiendo sobre el asunto en el cual tienen intereses, lo que genera entre ellas variados sentimientos. Los motivos que asisten a cada negociador generan en ellos conductas que, a menudo, se expresan en propuestas verbales. Según García, V (2010) dice:

La palabra negociación está estrechamente vinculada a la gerencia efectiva, y cobra cada día más relevancia. Todas las personas en mayor o menor grado, realizan algún tipo de negociación, y en las organizaciones, esta acción representa la esencia de toda gestión, desde establecer un acuerdo con el personal, firmar un contrato, vender, comprar, alquilar, resolver conflictos, o tomar decisiones, hasta establecer planes de trabajo.

2.2.7 Innovación total Marketing

Marketing es el conjunto de estrategias que ayuda a promocionar de manera adecuada un producto, teniendo en consideración las necesidades de los clientes, considerando el Precio, Plaza y sobre todo la distribución, el marketing se encarga de establecer la imagen adecuada de los negocios con la finalidad de vender visualmente el producto. Según Zeithaml, Bitner & Gremler (2010) “La mezcla del marketing tradicional está compuesta por las cuatro P: Producto, Plaza, Promoción y Precio. Estos elementos aparecen como variables para la decisión centrales en cualquier texto de marketing o plan de marketing.”(p.23)

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Todas las empresas sin importar la magnitud del capital deben estar legalmente constituidas, incluyendo a su vez a los negocios pequeños como los encebollados, las leyes y normas que los regulan son las siguientes:

2.3.1 Constitución de la república

Art 281. La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente

Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

Art 283. El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

2.3.2 Permisos de funcionamientos

Art. 130 de la Ley Orgánica de Salud

Contemplados en el Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario (acuerdo no. 0818)

Art.1.- El control y vigilancia sanitaria es un conjunto de actividades específicas que de conformidad con la Ley Orgánica de Salud y más disposiciones reglamentarias está obligado a realizar el Ministerio de Salud Pública a través de sus dependencias competentes, con el propósito de verificar el cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios de los establecimientos públicos y privados de servicios de salud,

farmacéuticos, alimentos, establecimientos comerciales y otros en donde se desarrollan actividades de: atención de salud, producción, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de productos destinados al uso y consumo humano.

Art.2.- Son objeto de control sanitario: Los alimentos y bebidas, medicamentos, cosméticos, productos higiénicos y otros productos para uso y consumo humano;

Art.4.- Son controles sanitarios específicos los que se ejercen sobre:

a) Producción o fabricación, preparación, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación, comercialización, dispensación, expendio, uso y consumo de los siguientes productos: Alimentos, bebidas y aditivos alimentarios.

Art.7.- A las direcciones provinciales de salud les corresponde otorgar el permiso de funcionamiento anual, para lo cual el interesado deberá presentar una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que pertenece el domicilio del establecimiento.

Art.10.- Para la inspección de establecimientos de: servicios de salud públicos y privados, establecimientos farmacéuticos, establecimiento de alimentos, y de los señalados en la disposición general segunda de este reglamento se conformarán comisiones técnicas constituidas por profesionales técnicos del Proceso de Vigilancia Sanitaria Provincial.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Para la recolección de información en el proceso de investigación se utilizaron métodos y técnicas que ayudaron a alcanzar los objetivos planteados.

El método a utilizar fue el método INDUCTIVO por cuanto se analizó la distribución que se realiza en la expansión del encebollado, a la vez que se examinó la parte administrativa, financiera del restaurante objeto de estudio.

Las técnicas que se aplicaron fueron las de CAMPO Y DOCUMENTAL, por cuanto se recolectó información directa del objetivo de ayuda argumentar de manera eficaz la investigación.

3.2 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

Para desarrollar este trabajo, se ha tomado en consideración los parámetros que establece la Universidad “Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas”, así como también a los parámetros regulares de investigación proporcionados por el asesor de proyecto.

3.2.1 Nivel de la investigación

El tipo de estudio que se realizó fue el DESCRIPTIVO porque a través de la investigación se obtuvieron resultados que ayudaron a la comprensión del negocio, permitiendo sustentar la reestructuración y análisis de la cadena logística, captando oportunidades de crecimiento

3.3 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA

3.3.1 Información Primaria

Considerando que la ubicación geográfica del negocio a reestructura es la Provincia de Esmeraldas, se consideró el total de la población que son 534.092 habitantes, para lo cual se aplicó la fórmula de muestreo probabilístico, obteniendo una muestra total de 600 personas a encuestar.

La información primaria, se obtuvo a través de las técnicas de estudio como encuestas, entrevista y la observación.

Encuestas: Para la aplicación de las encuestas se realizó un banco de 16 preguntas, aplicadas a 600 moradores de la ciudad de Esmeraldas.

Entrevistas: Se preparó tres cuestionarios distintos los que fueron aplicados al propietario del negocio objeto de estudio, los trabajadores y los competidores, con la finalidad de conocer información relevante.

Observación: Se procedió a conocer los distintos puntos de ventas y la planta de producción, con el objetivo de poder emitir estrategias acorde a la verdadera falencia del negocio, así como a la competencia para conocer la estructura física que poseen.

3.3.2 Información Secundaria

Fue recopilada, mediante el uso de libros electrónicos y físicos, tesis, documentos relacionados a la cadena logística, y reestructuración, legislación vigente, Estadísticas del INEC, convirtiéndose de mucho aporte para la obtención de la información requerida.

3.4 DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.

La información que se obtuvo en el estudio se basa en el uso de las fuentes antes indicadas.

Siendo así que las encuestas ayudaron al conocimiento de la satisfacción del clientes, como la frecuencia de consumo, entre otras preguntas indispensables para la elaboración de este trabajo, en la entrevistas se obtuvo datos en base al precio del negocio y de la competencia, como la forma en la que realizan la distribución y elaboración del producto, logrando determinar datos importantes para el desarrollo de las estrategias.

3.5 CONSTRUCCIÓN DE LOS RESULTADOS

Luego de haber analizado los capítulos expuestos anteriormente se procede a comunicar los resultados que se obtuvieron en todo el proceso de investigación, plasmado en el Informe Final del Proyecto.

Este informe esta subdividido en cinco capítulos importantes.

El primer capítulo resalta, la referencia a la organización estratégica basada en el análisis FODA, misión, visión objetivos del negocio, y lo que respecta al marco legal.

El segundo Capítulo Indica la distribución y localización, el análisis de mercado, producto, investigación de la competencia, precios, distribución, comercialización y las estrategias de promoción.

El tercer capítulo hace referencia a los flujos de procesos, los equipos e infraestructura, requerimientos que se necesitan. El cuarto capítulo hace referencia a la parte financiera, la inversión, el plan de financiamiento, estados financieras y los impactos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA

4.1.1 Diagnóstico de la situación actual del negocio

4.1.2 Evolución del negocio

La idea de los encebollados vino de la amistad que mantenían los esposos Macias - Arteaga con una persona que vendía el mismo producto en la ciudad de Quevedo, quien los incentivó para que decidieran vender encebollados en Esmeraldas porque era un plato muy poco conocido. Los esposos, la Sra. Cecilia Arteaga y el Sr. Holger Macías, tenían capital propio para financiar el negocio.

Es así como en el año de 1994 emprendieron el negocio de encebollados, preparándolo en la Parada 9 y avenida libertad donde vivía un hermano de la Sra. Cecilia y vendían su producto en el sector de la parada 7 Av. Libertad y Lavalle, en un triciclo tipo camper, trabajando desde las 6am hasta las 12am y dedicándose durante la tarde a dejar lista la materia

prima para el siguiente día, inclusive habiendo muchas pérdidas al principio y poca acogida, tenían que regalar la comida a la gente que trabajaba en el puerto. Pero la constancia, perseverancia y también recibiendo consejos de sus clientes pudieron mejorar la sazón eso los ha hecho ser exitosos ya que para la Sra. Cecilia es muy importante escuchar a las personas porque el cliente tiene la razón. Permanecieron



durante 5 ò 6 meses en el triciclo debido a problemas con las autoridades municipales según por no poder vender su producto en la calle.

Este inconveniente llegó a su fin cuando alquilaron un local en frente de donde se encuentran actualmente, permaneciendo durante 8 años e iniciando sus actividades con 3 personas.

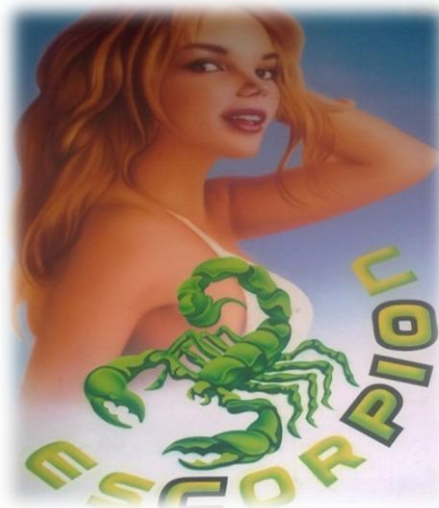


A medida que pasaba el tiempo fueron aumentando el personal pero después estas personas formaron sus puestos de encebollado siendo algo negativo para su negocio porque se transformarían en su competencia.

De allí en adelante las ventas subieron significativamente lo cual los llevó a alquilar un local más grande ubicado en la parada 7, Av. Libertad y Lavallen (puesto actual).

Es de suma importancia indicar que este negocio ha sido la fuente de ingresos de varias familias esmeraldeñas ayudando a fortalecer la economía de sus hogares, brindando un estatus de vida considerable.

Encebollados “El Escorpión” ha logrado un desarrollo económico siendo constantes lo que le ha permitido incrementar puntos de ventas, este trabajo tiene como finalidad conocer el punto de vista de los clientes, así como también la situación actual del negocio en el mercado, por lo que se ha realizado una análisis FODA que permita plantear alternativas de mejoras para su funcionamiento.



4.2 MATRIZ FODA

El análisis FODA ha permitido detectar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de Súper Encebollados Escorpión, lo cual conlleva a tomar medidas correctivas para lograr un excelente funcionamiento Administrativo, contable-financiero. (Ver anexo N° 1)

4.2.1 Matriz de ponderación y calificación del FODA

Las siguientes matrices fueron puntuadas con personas que no tienen relación directa con el negocio para obtener un punto de vista imparcial que ayude a plantear estrategias para el mejoramiento de Súper Encebollados Escorpión.

Factores Internos Claves de SUPER ENCEBOLLADOS ESCORPION		Ponderado	Puntaje
FORTALEZAS			
1	Posicionamiento en el mercado local	5	5
2	Varios puntos de ventas a nivel parroquial	5	5
3	Trabajo en equipo	5	3
4	Servicio de calidad reconocido por la sociedad esmeraldeña	5	4
5	Clientes satisfechos con el servicio que reciben.	5	3
6	Precio acorde con la calidad del servicio	5	4
TOTAL		30	24
Nivel de Fortalezas		80%	

Súper Encebollados Escorpión” representa un nivel alto en sus fortalezas ya que alcanza el 80% lo que se puede considerar como excelente al plantear las estrategias para incrementar las mismas.

Factores Internos Claves de SUPER ENCEBOLLADOS ESCORPION		Ponderado	Puntaje
DEBILIDADES			
1	Local Propio	5	4
2	Publicidad	5	5
3	Innovación de infraestructura física y tecnológica	5	3
4	Capacitación al recurso humano	5	3
5	Estructura Organizativa	5	5
6	Servicio Atención al cliente	5	3
TOTAL		40	30
Nivel de Debilidades		75%	

La debilidades que tiene el negocio representa un nivel alto con un 75% por lo que se espera que las estrategias a plantear logren alcanzar altos niveles de efectividad en estas debilidades.

Factores Externos Claves de SUPER ENCEBOLLADOS ESCORPION		Ponderado	Puntaje
OPORTUNIDADES			
1	Alianzas estrategias con empresas.	5	5
2	Apoyo de empresas (Ley de Economía Popular y Solidaria)	5	5
3	Crédito por de Instituciones Financieras	5	4
4	Servicios inadecuados de la competencia	5	5
TOTAL		20	19
Nivel de Oportunidad		95%	

Las oportunidades que tiene el negocio son excelentes y se puede comprobar en el alcance del 95% considerado como excelente por lo tanto se podría lograr alcanzar estas y otras oportunidades futuras con una excelente organización.

Factores Externos Claves de SUPER ENCEBOLLADOS ESCORPION		Ponderado	Puntaje
AMENAZAS			
1	Bajos precios por parte de la competencia	5	5
2	Políticas económicas estatales	5	4
3	Preferencias y gustos por productos sustitos	5	3
4	Ubicación estratégica de la competencia	5	3
5	Inseguridad del Entorno	5	4
TOTAL		30	24
Nivel de Amenaza		80%	

“Súper Encebollados Escorpión” como todo negocio presenta amenazas que siempre van a estar en el medio sin embargo las amenazas de este negocio son muy altas ya que alcanzan el 80% lo que indica que deben estar preparados para hacer frente a las mismas.

4.2.2 Análisis Matriz FODA de Súper Encebollados Escorpión

El posicionamiento de 18 años que tiene Súper Encebollados Escorpión en el mercado local, es lo que ha permitido alcanzar un gran reconocimiento por parte de los esmeraldeños, presentando varias fortalezas como los puntos de venta en las parroquias urbanas y rurales de la ciudad de Esmeraldas; hay que considerar que el recurso humano con el que cuenta la empresa se encuentra motivados ya que se trabajó en equipo, el cual ayuda a que el cliente se sienta satisfecho con el servicio que recibe, el precio que tienen es en relación al costo de las materias primas utilizando materiales de calidad con la finalidad de satisfacer al cliente; el negocio representa un nivel alto de fortalezas alcanzando el 80% según en el análisis de ponderación.

El negocio tiene un propio local el cual se encuentra en la zona sur de la ciudad de Esmeraldas que no es un lugar estratégico lo que se convierte en una debilidad que preocupa sin embargo es indispensable que Súper Encebollados Escorpión tenga una estructura Administrativa – Contable - Financiera la cual permita alcanzar metas que

sean de beneficio para los clientes internos y externos, el negocio no invierte en publicidad, ni en estructura física la cual ayudaría al mejoramiento del local y de los otros puntos de ventas con el propósito de captar más clientes, simbolizando debilidades en alto riesgo con un 75% lo que indica que el negocio debe implementar estrategias con la finalidad de disminuir el porcentaje indicado.

Las oportunidades que se presentan en el entorno empresarial son muchas, sin embargo los que florecen en el negocio objeto de estudio es el mal servicio que brindan los competidores a sus clientes, los cuales pueden convertirse en nuestros consumidores, el hecho de poder obtener créditos micro empresariales es de gran ayuda para para Súper Encebollados Escorpión ya que se podría realizar un mejoramiento del local obteniendo satisfacción visual por los consumidores, una oportunidad fluyente en el medio es el de innovar los procesos productivos con la finalidad de agilizar la producción teniendo en consideración los estándares de calidad.

En la actualidad en la ciudad de Esmeraldas se aprecia un gran auge de negocios caracterizados primordialmente por los encebollados, lo cual se convierte en una competencia totalmente agresiva y desleal ya que muchos de ellos indican comprar el producto a negocios de gran prestigio; las políticas económicas se convierten en una amenaza para los negocios ya que los precios en el último semestre se ven a la alza y esto influye en el costo de venta.

La amenaza que preocupa a Súper Encebollados Escorpión son los precios bajos que mantiene los negocios dedicados a la venta de este tipo de producto, y la inseguridad social lo que aleja a los clientes por tener miedo de ser víctimas de asalto, esto se podría regular por medio de estrategias que ayuden a fortalecer la apreciación del negocio en el entorno empresarial, las amenazas de este negocio son altas ya que alcanzan el 80% de riesgo de la ponderación.

4.2.3 Matriz de cruce de estrategia del FODA

Súper encebollados escorpión debe aplicar ciertas estrategias que ayuden a fortalecer el funcionamiento, manteniendo presente las políticas vigentes que rigen este tipo de negocio con la finalidad de lograr eficiencia, eficacia y satisfacción de los clientes internos y externos.

		Fortalezas	Debilidades
		FODA	1 Posicionamiento en el mercado local. 2 Varios puntos de ventas a nivel parroquial. 3 Trabajo en equipo. 4 Servicio de calidad reconocido por la sociedad esmeraldeña. 5 Clientes satisfechos con el servicio que reciben. 6 Precio acorde con la calidad del servicio.
Oportunidades	1 Alianzas estrategias con empresas. 2 Apoyo de empresas (ley de Encomia Popular y Solidaria) 3 Créditos de Instituciones financieras 4 Servicios inadecuados de la competencia	Estrategias FO	Estrategias DO
		<ul style="list-style-type: none"> + Promocionar por los medios de comunicación el servicio y producto de calidad para captar clientes. + Mejorar el proceso de producción, distribución y comercialización. + Realizar alianzas con negocios para darles el desayuno a sus trabajadores. 	<ul style="list-style-type: none"> + Capacitar al personal con la finalidad de satisfacer al cliente. + Posesionar la imagen del producto con campaña publicitarias + Formular una metodología de fácil para el manejo contable.
Amenazas	1 Bajos precios por parte de la competencia. 2Políticas económicas Estatales 3Preferencias y gustos por productos sustitutos. 4Ubicación estratégica de la competencia 5 Inseguridad del entorno.	Estrategias FA	Estrategias DA
		<ul style="list-style-type: none"> + Realizar un plan de comercialización y distribución del producto, que se ajustes a los requerimientos de ley. + Contratar a un guardia de seguridad. + Mantener la calidad del producto y pensar en la creación de nuevos productos como en encebollado mixto. 	<ul style="list-style-type: none"> + Mejorar los procesos existentes para establecer una cadena logística idónea. + Buscar fuentes de financiamiento con las empresas del estado para mejorar la estructura de los puntos de ventas.

4.3 ORGANIZACIÓN ESTRATEGICA

4.3.1 Organización del Negocio.

Las empresas hoy en día para alcanzar sus objetivos deben constituirse legalmente, considerando normas de acuerdo a su estructura organizativa, que permita un adecuado funcionamiento; una de las debilidades que se encontraron en el estudio investigativo, ha sido la inexistencia la parte organizacional que afecta la evolución del negocio.

4.3.1.1 Aspectos administrativos

Los aspectos administrativos tienen como finalidad organizar a la empresa para adoptar una figura técnica que aporte con los elementos necesarios para dar una estructura completa basada en la eficiencia y eficacia de quienes conformen el negocio para alcanzar los objetivos.

4.3.1.2 Nombre

El nombre comercial de la empresa de acuerdo a la base de datos del Servicio de Rentas Interna, él se encuentra ubicado en la ciudad de Esmeraldas provincia de Esmeraldas es ESCORPIÓN, como lo refleja el cuadro:

Razón Social:	MACIAS CEVALLOS HOLGER VICTORIANO
RUC:	1303934952001
Nombre Comercial:	EL ESCORPION
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de Contribuyente	Régimen Simplificado
Tipo de Contribuyente	Persona Natural

Obligado a llevar Contabilidad	NO
Actividad Económica Principal	VENTA AL POR MENOR DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PICANTERIA
Fecha de inicio de actividades	10-03-1998
Fecha de cese de actividades	
Fecha reinicio de actividades	
Fecha actualización	22-06-2012

Fuente: Servicio de rentas internas (Información del Contribuyente – 2013)

4.3.1.3 Personal actual de la Empresa y las funciones que cumplen

Personal	Funciones
Ramón Benítez	Cocinero
Andrés Zambrano	Auxiliar de Cocina
Víctor Valencia	Auxiliar de Cocina
Paola Solórzano	Mesera
Marjorie Quiroz	Mesera
Estefanía Macias	Mesera
Viviana Rúa	Mesera
Johanna Macias	Mesera
Karla Sánchez	Mesera
Andrea Márquez	Mesera
Sandra Mero	Mesera
Fabiola Bone	Mesera

4.4 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPIÓN

4.4.1 Aspectos generales

El negocio tiene los requisitos básicos para el funcionamiento, sin embargo, los puntos de ventas están a nombre de terceras personas y no forman parte de sucursales de Súper Encebollados Escorpión, por lo tanto se consideran que el propietario debe realizar una actualización para dar a conocer las sucursales que se encuentren a su cargo y poder lograr una distinción entre la oferta existente, basándose en el cumplimiento de la normativa vigente.

4.4.1.1 Servicio de Rentas Internas



- ✚ Original y copia de la cédula de identidad.
- ✚ Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- ✚ Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- ✚ Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - ✚ Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable de uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
 - ✚ Pago del Servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - ✚ Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior.
 - ✚ Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Fuente: Servicio de Rentas Internas

4.4.1.2 Permisos municipales

En la actualidad la aplicación las normas vigentes y contenidos en las Ley Orgánica de Régimen Municipal son cada vez más obligatorias para el funcionamiento de los negocios, por lo que es indispensable citar el siguiente artículo que indica la obtención de la patente municipal, requisito primordial:

Art. 364 Están obligados a obtener la patente municipal, por ende al pago de los impuesto de que trata el artículo anterior, todos los comerciantes e industrias que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

4.4.1.3 Patente municipal



Para obtener la patente municipal se debe cumplir con siguientes requisitos:

- ✚ Formulario de solicitud y declaración de patente.
- ✚ Formulario de patente municipal
- ✚ Certificado de no adeudar al municipio
- ✚ Copias de CI y certificado de votación del propietario o responsable de la actividad económica.
- ✚ Copia del RUC
- ✚ Copia de la declaración del Impuesto a la Renta
- ✚ Copia de declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- ✚ Copia del Permiso de Cuerpo de Bomberos de Esmeraldas

4.4.1.4 Permiso de funcionamiento de higiene del municipio

- ✚ Copia de cedula de identidad
- ✚ Copia de papeleta de votación
- ✚ Copias del RUC
- ✚ Copias del permiso del cuerpo de bombero

- ✚ Comprar especie valorada de \$ 1 dólar de recaudación
- ✚ Balance de situación inicial

4.4.1.5 Permiso del Cuerpo de Bomberos

- ✚ Dos copias del RUC
- ✚ Dos copias de la cédula de identidad del representante legal
- ✚ Copia de papel de votación del representante legal
- ✚ Comprar el formulario.
- ✚ Conducir a los inspectores al local comercial para la inspección.
- ✚ Pagar la tasa respectiva

4.4.1.6 Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento

- ✚ Solicitudes dirigidas al Director Provincial de Salud
- ✚ Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- ✚ Copia de la Cédula de Ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- ✚ Plano del establecimiento a escala 1.50
- ✚ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✚ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- ✚ Nómina del personal y copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferidos por un Centro de Salud del MSP.
- ✚ En caso de renovación presentar copia del permiso de funcionamiento del año anterior (DPSE).
- ✚ Posterior a la Inspección Sanitaria, debe realizar el pago por concepto del permiso de funcionamiento en el BANCO NACIONAL DE FOMENTO-Cta. Corriente #0090104027-CÓDIGO # 1.90.4.99. Entregar Original de depósito y 3 copias.

4.4.1.7 Permiso por parte del Ministerio de Turismo



- ✚ Copia del RUC
- ✚ Copia de la cedula de identidad
- ✚ Copia del comprobante de votación
- ✚ Copia del contrato de arrendamiento del establecimiento a nombre del propietario registrado en el juzgado de inquilinato o notariado.
- ✚ Inventario de activos fijos, número de mesas, sillas, neveras, cocinas.

Fuente: Ministerio de turismo

4.4.1.8 Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual (IEP)



- ✚ Solicitud búsqueda del nombre del establecimiento
- ✚ Registro de la patente
- ✚ Pago monetario.

4.4.1.9 Requisitos para el registro de marca

- ✚ Depósito de \$116.00
- ✚ Copia de cedula de identidad
- ✚ Copia de papeleta de votación
- ✚ Copias del RUC representante legal
- ✚ \$10 costo del formulario
- ✚ 7 impresión de logotipo tamaño 5x5

4.4.2 Modalidad de contratación del personal actual de Súper Encebollados Escorpión

El modelo de contrato que firmara El personal que labore en “Súper encebollados Escorpión” será el contrato de tiempo fijo, según lo establece el artículo 14 del Código de Trabajo es aquel en que el trabajador y empleador determinan el tiempo de duración del contrato, sin embargo hay que tener en consideración que este tipo de contrato no puede exceder de dos años no renovables si esto sucediera tendrá que adoptarse el modelo de contrato de plazo indefinido.

En el **Anexo n^o 02** se detalla el modelo de contrato que se celebrara con cada uno de los trabajadores, haciendo referencia a los meses de prueba como lo indica el Código de Trabajo.

Los trabajadores gozaran de estabilidad y de todos los beneficios legales en base a la remuneración, los salarios establecidos son considerados de las tablas que presenta el Ministerio de Relaciones Laborales, 2013.

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

Es fundamental que todas las empresas conozcan referente al mercado en el que se encuentran ubicadas, con la finalidad de alcanzar grandes éxitos.

Gracias al estudio de mercado se puede determinar variables específicas que ayudan al mejoramiento del negocio, realizando análisis de los competidores para obtener estrategias que ayuden a incursionar de una manera positiva en el mercado Esmeraldeño.

Mediante el estudio de mercado se logró evaluar la oferta y demanda de los negocios de encebollados, así como la distribución, comercialización y precio, con la finalidad de conocer la manera idónea para competir en el mercado.

4.5.1 Definición del producto

En general, el encebollado es un producto elaborado con pescado albacora, se caracteriza por el sabor agradable y la combinación de condimentos, en comparación de una sopa este producto lleva poca cantidad de agua.

Ingredientes:

- ✚ Pescado cocido y desmenuzados
- ✚ Yuca
- ✚ Chillangua, albaca, orégano
- ✚ Cebolla blanca
- ✚ Hierbita
- ✚ Cebolla colorada
- ✚ Aliños (secreto)

4.5.1.1 Clasificación del producto

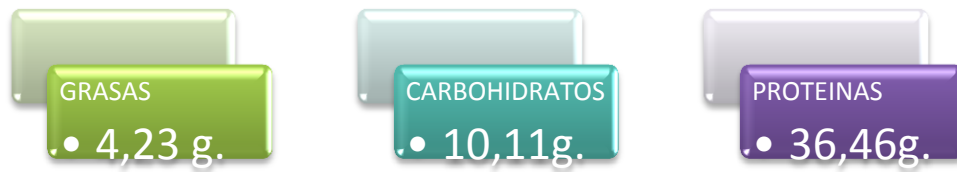
La naturaleza de este producto se clasifica dentro de los bienes de consumo no duraderos ya que una vez fabricado el tiempo de consumo es de máximo 10 horas; y es de consumo final ya que satisface las necesidades alimenticias de las familias. El saborear el encebollado no se planea más bien se lo hace por impulso o por deseo de consumir.

4.5.1.2 Característica del producto

De manera general el encebollado se lo sirve en plato grande con un peso aproximado de 1.50 libras y el plato pequeño con un peso de 1 libra, un balde de encebollado pesa 60 Lb. que viene a ser 22Kg., haciendo una relación proporcional que de cada balde de encebollado salen alrededor de 48 platos entre grandes y pequeños.

Los niveles nutricionales están considerados en base a una porción de encebollados:

TABLA N° 1



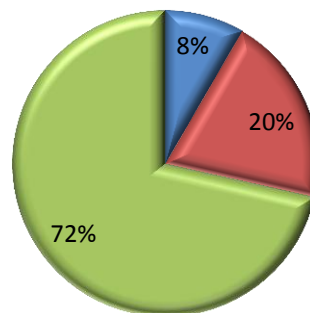
Elaboración: Autora

Fuente: Fascreat

GRÁFICO N° 1

CALORIAS

■ Grasa ■ Carbohidrato ■ Proteinas



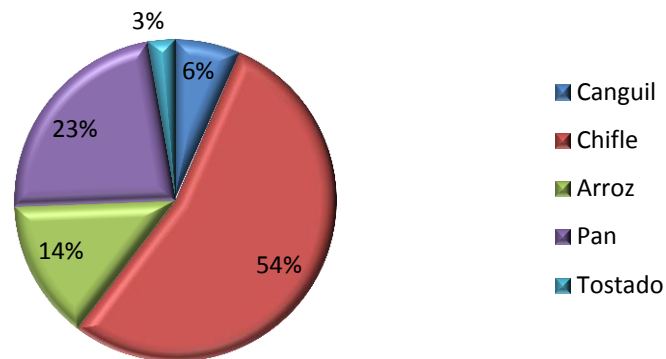
Elaboración: Autora

Fuente: Fascreat

El encebollado es un producto que se lo acompaña preferente con chifle, pan, sin embargo en la investigación de campo que se realizó mediante las encuestas aplicadas a consumidores se detectaron otras preferencial al momento degustar este producto como el arroz, canguil y tostado, en el siguiente grafico se indica porcentualmente el grado de aceptación de los distintos acompañantes, en donde es notorio la preferencia por el chifle, pan y arroz.

GRÁFICO N° 2

Acompañantes del encebollado



Elaboración: Macias Arteaga Mayra Lisseth

Fuente: Encuesta aplicada a 600 personas en la provincia de esmeraldas.

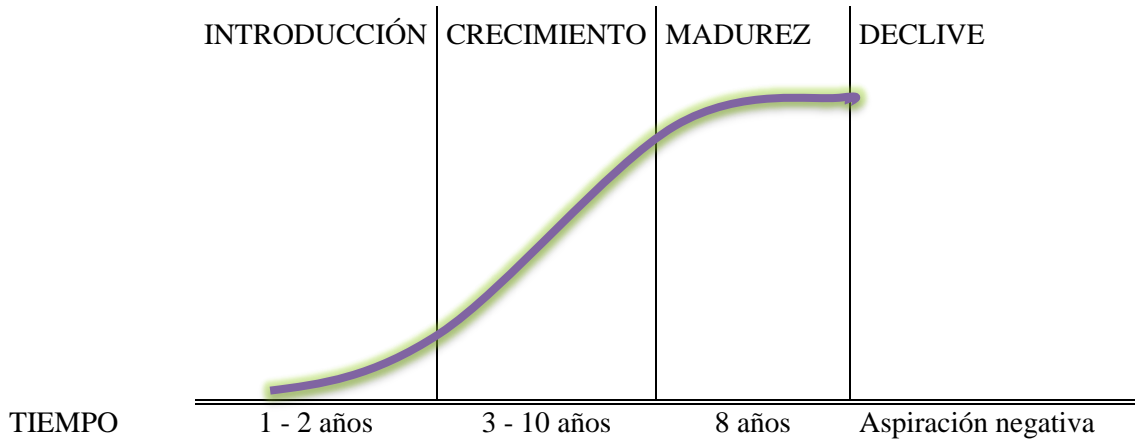
4.5.1.3 Ciclo de vida del producto.

Como se ha mencionado anteriormente este negocio tiene varios años en el mercado esmeraldeño, en sus inicios se encontraba en el primer preámbulo del ciclo de vida de un producto, gracias a la acogida y preferencia de los clientes actualmente se encuentra en la etapa de maduración, en otras palabras ha logrado alcanzar la cúspide, en donde se reflejan los años de sacrificio y sobre todo de perseverancia y liderazgo de los propietarios, así como como la buena voluntad de enseñar a sus familiares que hoy se convierten en su competencia.

El propietario en la entrevista que se realizó indico los distintos años buenos y malos del negocio así indico que la aspiración de todos quienes forman parte de Súper encebollado Escorpión es mantenerse y no dejar caer el negocio que con esmero ha logrado un reconocimiento.

GRÁFICO N° 3

Ciclo de vida del producto



Elaborado: Autora

Fuente: Entrevista con el propietario del negocio.

4.5.2 Ventas Históricas

Las ventas históricas se obtuvieron mediante una pequeña base de datos que el propietario facilitó para el análisis.

Ventas históricas

TABLA N° 2

PERIODO	AÑO	VENTAS (Y) DOLARES	X	XY	X ²
1	2007	280000	-5	-1400000	25
2	2008	255000	-3	-765000	9
3	2009	228000	-1	-228000	1
4	2010	210000	1	210000	1
5	2011	180700	3	542100	9
6	2012	200430	5	1002150	25
	2013				
	TOTALES	1354130	0	-638750	70

Elaborado: Autora

Fuente: Datos entregado por el dueño del local

4.5.3 Investigación de mercado

El éxito de las empresas es satisfacer al cliente y crear expectativas en los consumidores, es así que la investigación de mercado es indispensable para conocer las exigencias de la sociedad y plantear estrategias para implementar mecanismos que ayuden hacer frente a la competencia, por ello se analizaran los siguientes aspectos:

- ✚ Oferta - Competidores
- ✚ Demanda – Clientes
- ✚ Precio
- ✚ Distribución - Comercialización
- ✚ Publicidad - Promoción

4.5.3.1 Análisis de la oferta

En la ciudad de Esmeraldas la oferta que existe de la venta de encebollados ha incrementado en los últimos años, alcanzo una totalidad de 48 locales entre informales y formales, sin embargo en la investigación se considera importante conocer las características con la finalidad de mejorar los procesos que aplica SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPIÓN.

En el mercado esmeraldeño se aprecia una competencia libre, ya que todos los puestos de encebollados compiten por brindar un producto de mejor sabor y calidad, olvidando los estándares de salubridad en muchos casos y el servicio que se brinda al cliente, indicando que en la observación de campo cada uno de los locales tiene varias particularidades como el precio que brindan y la estructura física que posee.

4.5.3.2 Oferta existen en el mercado

En la ciudad de Esmeraldas existen muchos negocios dedicados a la venta de encebollados, a continuación se detallan los nombres y ubicación de los locales:

TABLA N° 4
OFERTANTES

ENCEBOLLADOS	UBICACIÓN
Don FA	Y de Vuelta Larga
Encebollados (NN)	Y de Vuelta Larga
El Manaba	Voluntad de Dios
El Almendro	Voluntad de Dios
Don Lenin	San Rafael
Don Lenin	Frente al comando de Policía
Don Lenin	Las Palmas
Luigui	Tolita 2
Encebollados (NN)	Propicia frente a SOLCA
El Paraíso	Codesa
Elenita	Codesa
El Poto	Codesa
Capricornio	redondel de Codesa
Poñur	Frente al terminal
Encebollados (NN)	Santas Vainas
Encebollados (NN)	Esmeraldas Libre
Encebollados (NN)	Aire Libre
Colon	Colon y calle A.
Encebollados (NN)	Frente al IESS
Encebollados (NN)	A lado de la clínica Colon
Achilube	Colon y delgadillo, (atención nocturna)
Achilube	Sucre y 9 de octubre
Scarlet	Ricauter y Eloy Alfaro
Chino	Sucre y Ricauter
D Roger	Salinas y Olmedo
Suanny	Salinas y Olmedo
Encebollados (NN)	Salina y Olmedo
Nardy	Salinas y Bolívar
Encebollados (NN)	Manuela Cañizares entre Bolívar y Malecón
Piery	Sucre y Piedrahita

ENCEBOLLADOS	UBICACIÓN
Angelino	Colon y Piedrahita
La china	Malecón y 9 de Octubre
Encebollados (NN)	10 de Agosto y Olmedo
Girasol	Rocafuerte y olmedo
Albacora	Rocafuerte y Colon
Toño	Juan Montalvo y Sucre
Leodan	Juan Montalvo y colon
Leodan	Coronel y Guayaquil
Mi Emelec	Olmedo y Espejo
Girasol # 2	Olmedo y Espejo
Don Javi	Libertad y Pichincha
Emelec	Parada 7
Súper Encebollados	parada 9
Súper Encebollados	Tolita 1
Súper Encebollados	San Rafael
Costa Verde	Parada 12
Encebollados (NN)	Parada 12
Encebollados (NN)	Entrada al puerto

Elaborado: Autora

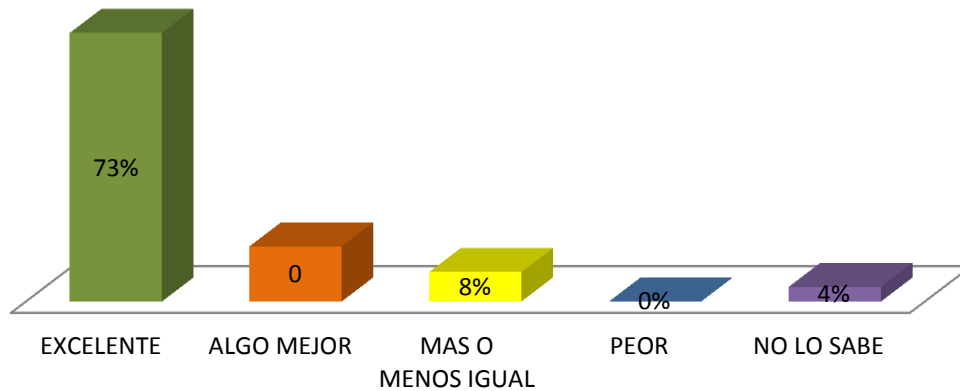
Fuente: Observación Directa

NOTA: Se indica que las iniciales NN son negocio que no tienen nombre únicamente cuentan con un letrero que indica la venta de encebollados, los nombres que son repetidos por dos ocasiones o más representan sucursales; además la observación de campo para la obtención de la información antes indicada se tomó en consideración en el mes de mayo del 2013, indicando que en proceso de realización se puede incrementar el número de ofertantes.

En la Observación que se lugares se logró apreciar de qué manera brindan el servicio y las condiciones en físicas y saludables de los mismos, obteniendo que el 28,80% de los locales antes indicados tienen carpas en las aceras, obstaculizando el paso peatonal, por ende no existe un adecuado lavado de los platos, los demás locales tienen locales los cuales cuentan con una cantidad desde dos mesas hasta otros que tienen trece mesas con capacidad para 4 personas.

GRÁFICO N° 5

En comparación con la competencia el tipo de productos es:



Elaborado: Autora

Fuente: Encuesta aplicada a 600 moradores de las parroquias de Esmeraldas

Los encuestados opinan que el producto que brinda encebollados Escorpión es excelente en cuanto al sabor en comparación de la competencia alcanzando un 73%, lo que indica que hay que mejorar la atención que se brinda para que el cliente se sienta como en casa.

4.5.4 Competidores

Los competidores de Súper Encebollados Escorpión, son todos los negocios que se dedican al expendio de encebollado, sin embargo se pueden mencionar que entre sus competidores potenciales se encuentran los siguientes por la gran acogida y reconocimiento por los ciudadanos esmeraldeños:

- ✚ Encebollados Leo Dan
- ✚ Súper Encebollados
- ✚ Encebollados Don Javi

✚ Encebollados el Chino

✚ Encebollados Elenita

Los antes mencionados se consideran la competencia del negocio, ellos tienen un tiempo considerado en el mercado y primero fueron trabajadores del negocio objeto de estudio, una vez que aprendieron decidieron independizarse excepto Encebollados Elenita. Los fines de semana y feriados por ser días libres existe mayor congruencia de clientes, sin embargo estos negocios consideran a Súper Encebollados Escorprios como su competidor potencial por el espacio físico que posee y los distintos puntos de ventas. El aspecto físico, el servicio que brindan a los consumidores y el sabor es lo que hace distinto a cada uno de los competidores a continuación un cuadro de características claves en el éxito de un negocio:



4.5.4.1 Características importantes de la competencia

TABLA N° 6
COMPETIDORES

CARACTERÍSTICAS	ENCEBOLLADOS					%	
	CHINO	LEODAN	DON JAVI	ELENITA	SUPER	SI	NO
Cuantos Años tiene en el mercado local	11	9	13	7	15		
Cuenta con puntos de venta	No	Si	No	No	Si	40	60
Cumple con los requisitos de ley para el funcionamiento del negocio	Si	Si	Si	Si	Si	100	0
Existe un control en base a los ingresos y gastos	No	Si	Si	No	Si	60	40
Cuenta con Proveedores fijos de materia prima	No	No	No	No	No	100	0
Cumplimiento de los beneficios de ley con los trabajadores.	No	No	No	No	No	100	0
Capacitación al personal.	No	No	No	No	Si	80	20
Realiza Publicidad por los diferentes medios de comunicación,	No	Si	No	No	Si	40	60
Aplica promociones a clientes fijo	No	No	No	No	No	100	0
Considera que en los últimos 2 años las ventas han mejorado	Si	Si	Si	No	Si	100	0
Cuenta con una estructura administrativa y contable	No	No	No	No	No	100	0
UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	Sucre y Ricauter	Juan Montalvo y Colón	Libertad y Pichincha	Codesa	Parada 9		

Elaborado: Autora

Fuente: Entrevistas realizadas a los competidores potenciales.

Se puede apreciar que la competencia no cumple con las ciertas características importantes como las obligaciones laborales, y no realizan publicidad por lo tanto la acogida que tienen de los esmeraldeño es debido a la ubicación estratégica y a la sazón peculiar de cada uno, y porque no decir los precios; sin embargo hay que considerar la rivalidad que existe entre los ofertantes ya que existe una publicidad desleal hacia la competencia lo que conlleva que el consumidor por referencias elija donde consumir.

La competencia de Súper encebollados Escorpión tienen los mismos productos, sin embargo las marcas son distintos, logrando una distinción al momento de saborear los productos, en especial en el encebollado.

El precio de la competencia en relación a la oferta en general es totalmente diferente ya que hay negocios que tienen precios bajos y otros que tienen sobrevalorados los productos como las gaseosas. Lo que se tiene claro es que todos los negocios que se dedican al expendio de Encebollado logran captar 20 clientes al día como un nimio y un máximo de 300 consumidores, los cuales no se pueden asegurar consuman siempre en el mismo lugar ya que muchas de las personas lo hacen por saborear o por recomendación.

4.5.5 Análisis de la demanda - Clientes

Teniendo en cuenta que en la ciudad de Esmeraldas, cada vez va incrementándose la tendencia de los restaurantes dedicados a la venta de encebollados, esto se ha determinado que el mercado es muy bueno para su expendio sin embargo ninguno de los negocios conoce el flujo de clientes que ingresan diario o mensual a su negocio a fin de poder determinar una demanda exacta.

Súper encebollados Escorpión es muy conocido en el medio y mantiene clientes, los cuales recuerdan el mejoramiento del negocio, no obstante indican que deben mejorar aspectos claves como el ambiente físico que brindan, incrementar promociones, mejorar el servicio de atención personaliza con la finalidad de que más personas se interesen por conocerlo, uno de los factores importantes es que el negocio mantiene varios puntos en la ciudad de Esmeraldas lo que ayuda aumentar el número de clientes.

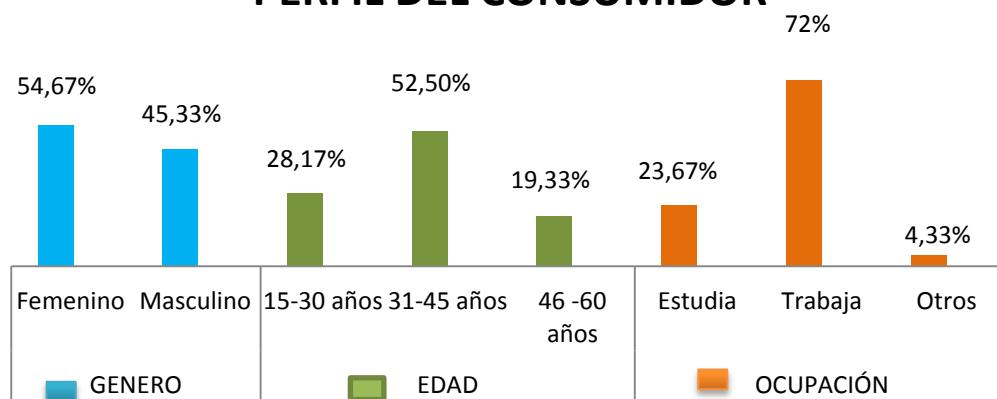
Hay que tener en consideración que el cliente tiene que convertirse en lo más importante para el negocio así como deben recibir un servicio adecuado, y un producto de alta calidad, con el objetivo de lograr una satisfacción integral.

4.5.5.1 Perfil del cliente

El encebollado es consumido por todas las personas que les gusta saborear este delicioso plato desde niños hasta personas mayores, de todas las clases económicas, sin embargo en la investigación de campo para darle relevancia del total de la población se tomó una muestra de 600 personas las mismas que se les realizó una encuesta con la finalidad de conocer si se encuentran satisfechos entre otras cosas.

GRÁFICO N° 6

PERFIL DEL CONSUMIDOR



Elaborado: Autora

Fuente: Encuesta aplicada a 600 moradores de las parroquias de Esmeraldas

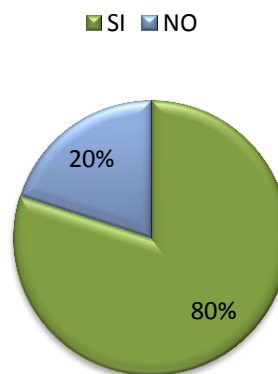
Los clientes del negocio mayoritariamente son los adultos entre 31 y 45 años, este dato se puede constatar en encuestas aplicadas en las parroquias tanto urbanas como rurales de la ciudad de Esmeraldas, por mucho tiempo se ha considerado que quienes consumen frecuentemente encebollados son los hombres, sin embargo se puede destacar que existe prácticamente una igualdad de preferencias tanto en hombres como en mujeres al momento de elegir por este tipo de comida.

Es normal que la población económicamente activa sea la que mayoritariamente consume, ya que dentro de las 600 personas encuestadas un 72% trabajan, sin duda no hay que descartar a los estudiantes quienes también se reúnen para compartir con sus amigos, existe una preferencia de los estudiantes de los colegios Sagrado Corazón y Liceo Naval, entre otros.

Cómo dejar a un lado la satisfacción del consumidor por eso en el instrumento de encuestas se realizaron preguntas que ayuden a descubrir que mejoraría el cliente, si está satisfecho con el servicio que recibe, con la finalidad de poder implementar estrategias.

GRÁFICO N° 7

¿Está satisfecho con la atención que brinda Súper Encebollados Escorpión?



Elaborado: Autora

Fuente: Encuesta aplicada a 600 moradores de las parroquias de Esmeraldas

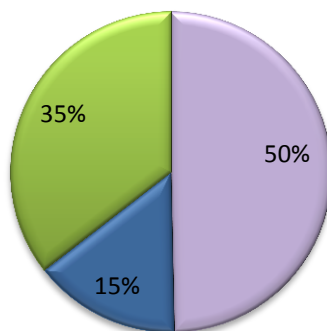
De las 600 personas encuestadas el 80% indica estar satisfecho con el servicio que brinda Súper Encebollado Escorpión, sin embargo una de las recomendaciones que se hicieron presente fue que se debe capacitar al personal para que el servicio que brinde sea excelente considerando parámetros como la presentación física y la amabilidad y disposición atender al cliente.

Para ello se propone se cumpla con una de las estrategias establecidas que es el de capacitar al personal a través de cursos de atención al cliente, romper paradigmas e identificar las falencias por medio del contacto con el cliente lo que debe convertir en una política del negocio, con la finalidad de conocer las verdaderas falencias y mejorar la atención que se brinda.

GRÁFICO N° 8

¿Cómo se enteró de la existencia del Súper Encebollados Escorpión?

■ RECOMENDARON ■ PUBLICIDAD ■ DEGUSTAR



Elaborado: Autora

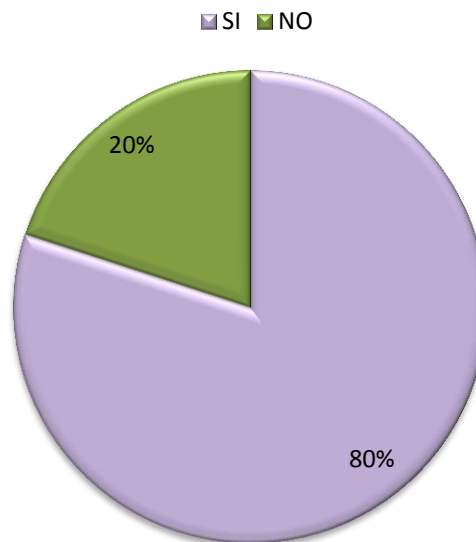
Fuente: Encuesta aplicada a 600 moradores de las parroquias de Esmeraldas

Considerando que es un negocio que tiene 18 años en el mercado esmeraldeño el 35% de los encuetados indica que fue por degustar el producto, y un 15% por publicidad que se realizó por medio de la prensa radial, lo cual tiene un tiempo considerable desde que se realizó esta publicidad.

Es necesario fomentar la publicidad para recordarle al consumidor que súper encebollados escorpión sigue brindando productos de calidad, y de esta manera captar nuevos consumidores los cuales se convierten en una referencia para amistades lo cual es benefactorcito para el negocio, y así mismo competir ante la gran oferta existen en el mercado que aumenta que aumenta cada vez más.

GRÁFICO N° 9

¿Lo ha recomendado a otras personas?



Elaborado: Autora

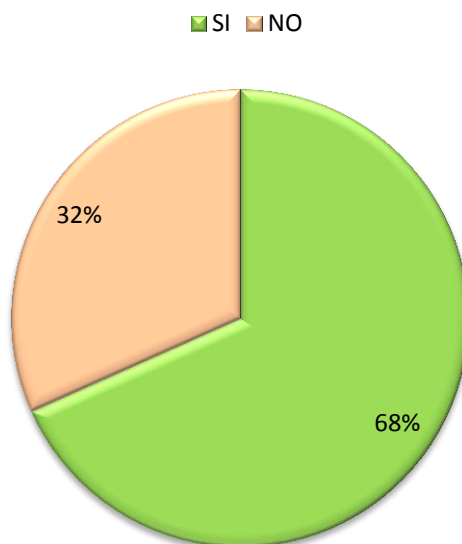
Fuente: Encuesta aplicada a 600 moradores de las parroquias de Esmeraldas

El 80% de los encuestados indican que si han recomendado a otras personas el negocio por la calidad del producto, así mismo se aprecia que un 20% no lo ha recomendado por la atención que han recibido y por la estructura física del local.

Por lo tanto es imprescindible mejorar el aspecto físico de los negocios y capacitar al personal, con la finalidad de que el cliente pueda ser el mayor apoyo publicitario para el negocio con una satisfacción total.

GRÁFICO N° 10

Recuerda si el negocio ha tenido cambios que llamen su atención como consumidor.



Elaborado: Autora

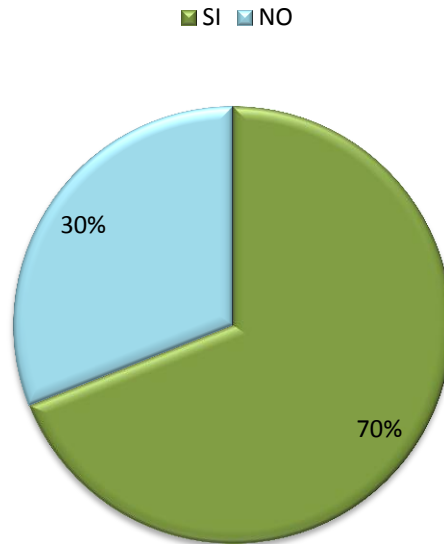
Fuente: Encuesta aplicada a 600 moradores de las parroquias de Esmeraldas

Del total de los encuestados el 68% indica que si recuerdan cambios, como los inicios del negocio que vendían el producto en una carreta y en la actualidad ya tienen un negocio, sin embargo recomiendan que deben mejorar la estructura y organización física de los locales.

Es recomendable que todos los negocios que forman parte de súper encebollados escorpión se encuentren organizados físicamente, con la finalidad de brindar un ambiente agradable al cliente y se sienta satisfecho.

GRÁFICO N° 11

¿Considera que debe mejorar la estructura física actual?



Elaborado: Autora

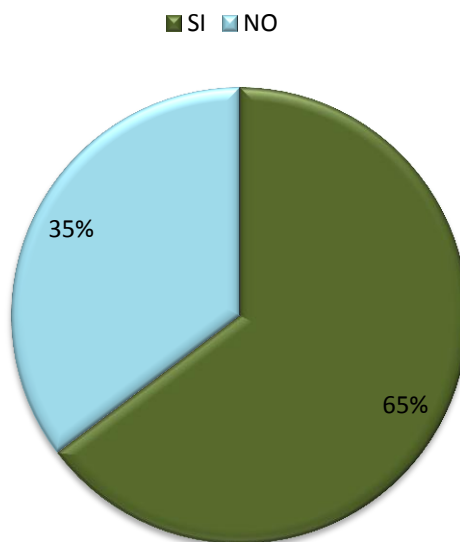
Fuente: Encuesta aplicada a 600 moradores de las parroquias de Esmeraldas

De los 600 moradores encuestados el 70% indica que se debe mejorar la estructura física, ya que los negocios no cuentan con un ambiente agradable, por ello dan recomendaciones en cuanto al mejoramiento de la pintura, iluminación, la ventilación, es importante indicar que dentro de este porcentaje están incluidos todos los negocios.

Es fundamental realizar un análisis previo en cada uno de los negocios para que puedan detectar las falencias y así poder realizar los mejoramientos necesarios, hay que considerar que si es fundamental que todos los puntos de venta se encuentre pintados de un mismo color con la finalidad de lograr la distinción entre la competencia.

GRÁFICO N° 12

¿Conoce los demás puntos de ventas que tiene el negocio fuera y dentro de la ciudad?



Elaborado: Autora

Fuente: Encuesta aplicada a 600 moradores de las parroquias de Esmeraldas

EL 65% de los encuestados indica que si conocen los puntos de ventas, y un 35% que no conocen, entre ellos los menos conocidos son los que se encuentran ubicados en el sector norte de la ciudad.

Por ello es fundamental que todos los consumidores puedan identificar visualmente a los puntos de ventas, así como garantizar la calidad el producto en todos los locales, no dejar de lado la importancia de realizar publicad en los distintos sectores de la ciudad.

4.5.5.2 Factores que influyen en la demanda

Factores que podrían afectar al consumo del Encebollado:

- ✚ **El Precio:** Hay que mantener las políticas adecuadas para evitar el incremento del precio ya que esto lograría que la demanda disminuya.

- ✚ **Los productos sustitutos:** Es un factor importante ya que cada vez más las personas se preocupan por comer productos con bajos niveles de calorías, como las ensaladas y demás productos integrales.







- ✚ **Gustos y preferencias:** Estos cambian constantemente en los consumidores por lo que hay que estar pendiente de las sugerencias que hacen para poder satisfacer las necesidades y mejorar el producto con la finalidad de ser la preferencia entre toda la oferta del mercado esmeraldeño.

- ✚ **Precio de la competencia:** Mantener un precio lo más confrontado a la competencia con la finalidad poder competir de una manera equilibrada.

4.5.6 Productos

El producto principal de Súper encebollados Escorpión es el encebollado como su nombre lo indica sin embargo existen otros productos que ayudan a saborear de una forma exquisita este producto:

TABLA N° 6
PRODUCTOS

Productos	Imagen
Encebollad Pequeño	
Encebollado Grande	
Chifle	
Pan	
Demás productos para que el cliente pueda degustar	
Gaseosas	
Aguas	

<p>Jugo de naranja natural</p>	
<p>Juegos</p>	
<p>Cervezas</p>	
<p>Bebidas Calientes</p>	

Súper encebollados Escorpión en los puntos de ventas que tiene mantiene los mismos productos con la finalidad de que el consumidor sienta la misma satisfacción en la sucursal que decida comer, los productos cada 15 días son revisados para verificar la fecha de caducidad.

Las características de los productos en especial de las gaseosas es que existen diferentes marcas para tener mayor opción para los clientes, así mismo en la selección de bebidas alcohólicas.

4.5.6.1 Precio

El precio del encebollado varía según los materiales que se utilizan realizando la comparación precio – calidad, a continuidad se indican los precios que tiene en negocio objeto de estudio.

TABLA N° 7

PRECIO

PRODUCTOS	IMAGEN	CARACTERÍSTICAS	ESCORPIÓN
Encebollad Pequeño		Este palto es preparado a base de pescado Albacora y yuca, el cual se lo vende con chifle.	1,70
Encebollado Grande		Este plato al igual que el antes mencionado tiene los mismos productos, la diferencia es el tamaño del plato que un poco más profundo y va acompañado del chifle	2,00
Chifle		Es una porción de plato – verde el cual es cortado de una manera frita.	0,40
Pan		Es un acompañante que a muchas personas les agrada al momento de comer el encebollado.	0,15
Demás productos para degustar			
Gaseosas		Estas son a elección del cliente ya que la cantidad y el sabor es dedición del comprador.	0,60 – 0,40

Aguas		Bebida accionada para las personas que no consumen azúcares o para aliviar la sed antes o después de comer.	0,50
Jugo de naranja natural		Un excelente acompañante para el encebollado y saludable.	0,50
Jugos		Jugos procesados de diferentes sabores, opcionales para llevar.	0,60
Cervezas		Bebida refrescante, las personas que más consumen son los hombres.	1,25
Bebidas Calientes		Nada más rico que un café o agua aromática bien caliente en las primeras horas de la mañana	0,75

Los precios que tiene Súper Encebollados Escorpión se han mantenido ya por 3 años en el mercado, existiendo un incremento solo en las bebidas debido a que el proveedor aumenta el costo del producto.

4.5.6.2 Precio de la competencia

TABLA N° 14
PRECIO DE LA COMPETENCIA

PRODUCTOS	CHINO	LEODAN	DON JAVI	ELENITA	SUPER
Encebollad Pequeño	1,80	2,00	1,80	2,00	1,75
Encebollado Grande	2,00	2,50	2,00	2,50	2,25
Chifle	0,40	0,40	0,30	0,40	0,40
Pan	0,15	0,20	0,15	0,15	0,20
Demás productos para degustar					
Gaseosas	0,60 – 0,40	0,60-0,40	0,60-0,40	0,50-0,30	0,60- 0,30
Aguas	0,50	0,40	0,50	0,50	0,50
Jugo de naranja natural		0,40			
Juegos	0,60	0,60	0,60	0,60	0,50
Cervezas					
Bebidas Calientes					

El precio de la competencia se encuentra acorde con los que mantiene súper encebollados, notando que la dos de los productos que el negocio objeto de estudio brinda no lo hace la competencia, siendo un beneficio, otras de los parámetros que se pudo observar en la investigación de campo es que Súper Encebollados Leodan en comparación de los otros negocios tiene combos que brinda directamente a los consumidores dando el encebollado y un vaso de jugo incluido en un solo precio.

4.5.7 Logística

Considerando que la logística se encarga de coordinar y planificar las diferentes actividades, para que el producto llegue al consumidor final en perfectas condiciones y a menor precio, se indica a continuación lo que el negocio objeto de estudio debe considerar:

4.5.7.1 Distribución

El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.

Algo que vale la pena recalcar es que existen varios canales de distribución que pueden ser aplicados de acuerdo a las necesidades de las empresas y de acuerdo al producto que comercializan o quieren distribuir.

El canal de distribución que utiliza Súper Encebollados Escorpión es el directo e indirecto ya que procede a vender directamente el producto en sus diferentes puntos de ventas, y vende a intermediarios.

1.- Una vez que el producto está listo para la venta es distribuido en los distintos puntos de ventas que tienen Súper Encebollados Escorpión.

Se indica un pequeño proceso de manera general de la forma en se realiza la distribución a los puntos de ventas.



2.- Los intermediarios deben solicitar con un día de anticipación el requerimiento del producto para que el encargo le pueda hacer la entrega del producto.



El proceso aplicando la logística debe de ser principalmente el de analizar el estado en el que se encuentren los vehículos y las carreteras, así mismo como conocer la cantidad de producto que debe distribuir y analizar las vías más corta para entregarlo en el menor tiempo posible, cumpliendo con los estándares de calidad.

Así como hay que tener presente los beneficios de manejar una cadena logística:

- ✚ Planificar estratégicamente el recorrido para que no exista inconvenientes en la distribución.
- ✚ Planificar eficazmente las actividades internas del negocio, para mejorar la comercialización y la atención al cliente.
- ✚ Aumento de la competitividad por el mejoramiento de imagen.

4.5.7.2 Comercialización

Súper Encebollados Escorpión, ha mantenido varias formas de vender el producto desde sus inicios hasta la actualidad, ha sido un procesos de cambio buscando la satisfacción del cliente.

- ✚ La primera forma de comercializar que fue en sus primeros años era ofreciendo el producto en una carreta, el cual era totalmente incómodo para los consumidores ya que únicamente había capacidad para 7 personas.

- ✚ La según opción que se mantiene hasta la actualidad el consumidor llega tiene la opción de hacer el pedido en caja y cancelarlo o de sentarse y que el mesero recepte el pedido y por ultimo cancele.

Esta última permite llegar el producto al consumidor de una manera adecuada cumpliendo con los estándares de calidad, y sobre todo con los puntos de venta que tiene Súper Encebollados Escorpión, en varias parroquias de la ciudad hace que los consumidores opten por ir al mugar más cercano para ellos.

En la comercialización del producto influye mucho la imagen del mismo y la garantía que tiene, es por ello que se proponen los siguientes puntos con la finalidad de que dé a conocer una marca representativa y lograr distinguirse entre la oferta existente en el mercado.

4.5.8 Garantía del servicio y producto

La garantía que van a tener los clientes es de recibir un servicio eficiente con la amabilidad y el respeto que se merece recordando de que el cliente es lo más importante que posee el negocio, así mismo dejar en claro que la infraestructura, y demás bienes que se encuentren dentro de los locales como las mesas, sillas entre otros cumplirán con lo más altos estándares de limpieza.

En cuanto al producto se puede indicar que el cliente no tiene por qué preocuparse por comer fuera de casa ya que el producto que ofrece Súper Encebollados Escorpión desde la adquisición de la materia prima es supervisada para mantener la calidad del final del producto, así mismo se indica que todo el proceso productivo es supervisado y monitoreado de una manera estricta por ser un producto alimenticio, de igual manera manteniendo un proceso de distribución que de la confianza y seguridad que en la transportación del producto no se adulterado por terceras personas ajenos al negocio.

4.5.9 Marketing

Súper Encebollados Escorpión empleara un marketing que acople las necesidades del consumidor con los recursos y objetivos del negocio en una forma efectiva y eficiente ante la competencia.

Para llevar a cabo una efectiva cadena logística será necesario emplear lo siguiente:

- ✚ Control de Calidad del producto y del servicio.
- ✚ Monitoreo de la satisfacción de los clientes mediante un dialogo sencillo.
- ✚ Comunicación permanente con los clientes internos y externos.
- ✚ Mantener los precios.
- ✚ Escoger los medios de promoción idóneos.

4.5.9.1 Promoción

La promoción es un elemento del marketing que tiene como objetivo influir en las actitudes y comportamientos del consumidor, así como es un conjunto de herramientas que ayudan a promover un producto o servicio, las herramientas son las siguientes:

- ✚ Publicidad
- ✚ Promoción de Ventas
- ✚ Relaciones Públicas
- ✚ Ventas Personal
- ✚ Marketing Directo

4.5.9.1.1 Publicidad

La publicidad es importante en todos los tipos de negocio, para dar a conocer sus productos así como el servicio que brinda además de recordarle al consumidor los puntos de ventas, direcciones y promociones que mantiene.

Súper Encebollados Escorpión no ha aplicado ningún tipo de publicidad en los últimos años que se encuentra en el mercado local, siendo una debilidad del negocio se considera indispensable aplicar publicidad con la finalidad de captar más consumidores que verán a Súper Encebollados Escorpión como un sitio de alimentación saludable, con un servicio de calidad y una estructura novedosa.

Sin embargo el negocio objeto de estudio todos los años opta por regalar artículos a sus clientes en la temporada de diciembre y enero ya que son épocas de gran afluencias de consumidores, en donde entregan llaveros, tarjetas, almanaques, bolígrafos, tarjetas de presentación, sin embargo solo lo aplican en la matriz y no en las sucursales, es importante indicar que el negocio en el año 2005 realizo una publicación en las páginas amarillas, la cual ayudo q que tuviera un pequeño reconocimiento por parte de los turistas.

A continuidad se indican imágenes de ciertos artículos que se entregaron en los últimos 2 años.



Se puede apreciar que en ninguno de los artículos tiene un logo específico que ayude a súper encebollados escorpión a reconocerse con una imagen, este negocio es conocido por el nombre de ESCORPIÓN mas no por un color específico, un diseño específico que ayude a permanecer en las personas.

4.6 LOCALIZACIÓN

4.6.1 Determinación del tamaño óptimo de la planta de producción.

Se cuenta con un espacio físico adecuado servirá como departamento de producción y atención al cliente y en la segunda planta se instalará todo lo referente a oficinas en forma de cubículos. Con 7 m de ancho y 8 de largo y las oficinas 7 de ancho y 5 de largo

4.6.1.1 Localización

4.6.1.1.1 Macrolocalización

El negocio se encuentra ubicado en la ciudad y cantón Esmeraldas, donde cuentan con seis puntos de ventas y su respectiva planta de producción.



En referencia con el mapa de esmeraldas y sus cantones se ha seleccionado el cantón Esmeraldas y Rioverde ya que las sucursales se encuentran localizadas en distintas parroquias de Esmeraldas, incluyendo palestina que pertenece a Rioverde

Fuente: <http://www.zonu.com/America-del Sur/Ecuador/Esmeraldas/Politicos.html>

4.6.1.1.2 Microlocalización

Las oficinas y la planta de producción de súper encebollados escorpión estarán ubicadas en el Sur de la ciudad de Esmeraldas en el barrio 31 de mayo Km 1/2 vía Atacames en una casa de cuatros pisos donde se ocupara la planta baja, dichas instalaciones son 10 m. de largo y 12 m. de ancho.

4.6.1.1.2.1 Microlocalización de los puntos de ventas

Súper encebollados escorpión tiene seis puntos de ventas en distintos sectores de la ciudad de esmeraldas los cuales se indican a continuidad

- ✓ En las calles Libertad y Lavallen en una casa de dos plantas diagonal al Aparthotel, dichas instalaciones son arrendadas como local comercial cuyas dimensiones son 13 m. de largo y 8m. de ancho, siendo el local principal y con el que se inició la empresa.



- ✓ Frente al comando de policía vía a la propicia cuatro, es una casa de dos plantas en donde se arrienda la parte baja las dimensiones son de 2,40m de ancho por 3m de largo.



- ✓ En el barrio 31 de mayo a los lados donde se encuentra la planta de producción en una casa de 3 pisos la cual le pertenece al dueño de súper encebollados escorpión, las medidas del local son 6 m de ancho por 9 m de largo.



- ✓ En el control de San mateo salida de la ciudad de esmeraldas cuentan con un local pequeño de 2m de ancho por 3m de largo, en este lugar no pagan arriendo ya que es una propiedad del dueño del negocio.



- ✓ En la parroquia de Tachina se arrienda un local comercial el cual se encuentra a lado de la parada principal de los transporte Pacifico y costeñita las medidas son de 4m de ancho por 6m de largo.



- ✓ En Palestina parroquia del cantón Rioverde arriendan un local comercial en la vía principal de 4m de ancho y 5m de largo.

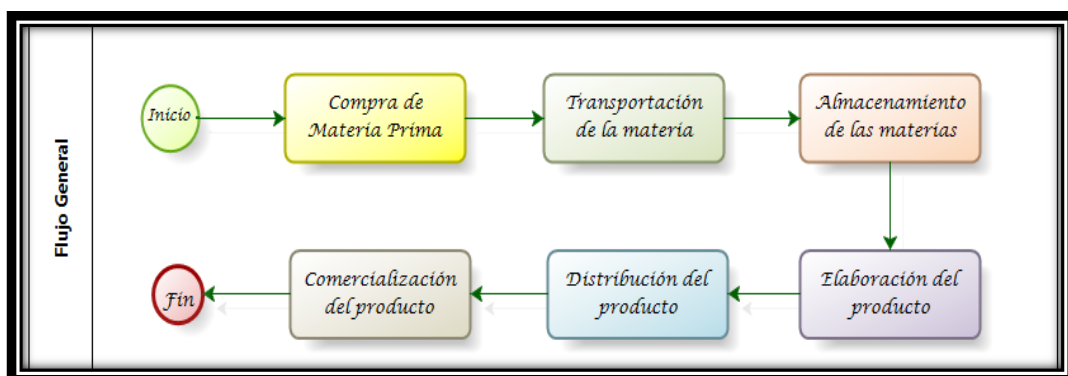


4.7 ESTUDIO TÉCNICO

4.7.1 Flujos de Procedimientos

Súper Encebollados Escorpión no cuenta con procedimientos detallado de cada uno de los procedimientos, por lo que se propone se cumpla la sistematización propuesta y mejorada (**Ver propuesta**)

4.7.1.1 Flujo general



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. Inicio

Descripción

Para la elaboración del producto la jornada inicia a las 03:00 a.m.

2. Compra de Materia Prima

Descripción

La adquisidor de la materia prima es decir del Pescado se lo realiza con los proveedores en el puerto en la jornada de la madrugada, la yuca y los demás materiales se adquieren en el mercado municipal.

3. Transportación de la materia

Descripción

El pescado y los demás materiales son transportados en una camioneta previamente limpia.

4. Almacenamiento de las materias

Descripción

El pescado será lavado y desviscerado para ser guardado en un cuarto frio y una cierta cantidad en un congelador, la yuca, cebollas, limón y hierbita y demás ingredientes, serán ubicadas en las perchas y anaqueles asignados, para mantener una organización.

5. Elaboración del producto

Descripción

El producto será elaborado higiénicamente manteniendo el proceso de preparación.

6. Distribución del producto

Descripción

La distribución se la realizara según las rutas establecidas, considerando indispensable un análisis previo.

7. Comercialización del producto

Descripción

El producto será comercializado a los clientes con los más altos estándares de calidad.

8. Fin

4.7.2 Planta de producción

Conociendo que Súper Encebollados Escorpión contaba con un espacio físico designado al mejoramiento del área de producción, se procedió a presentar el siguiente plano previa aprobación de la Dirección Provincial de Salud Pública.



Las áreas en las que se encuentran dividido básicamente son tres el área de cocinas el cual todas las paredes deben ser cubiertas con acero inoxidable, el área de preparación y lavado de alimentos, deberá construir un mesón en porcelanato, y el área de frigorífico que es para mantener congelado el pescado.

Es importante indicar que el estudio anterior se lo realizo en noviembre del 2012, y a la actualidad se cuenta con la infraestructura, y el uso de la planta de producción.

(Ver anexo N° 4)

4.8 INVENTARIO EXISTENTE DE SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPIÓN

<i>INVENTARIO EXISTEN</i>	
Maquinarias y Equipos	\$ 1.825,00
Muebles de Oficina	\$ 134.047,00
Menaje	\$ 357,30
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 51,35
Vehiculo	\$ 53.000,00
TOTAL DEL INVENTARIO	\$ 189.280,65

4.9 IMPACTOS

Luego del estudio y análisis de cada uno de los aspectos se procedió a la elaboración de los impactos sobre la base de algunos indicadores a los cuales se les asignan un nivel de impacto, logrando determinar los siguientes impactos:

- ✚ **Impacto Social**
- ✚ **Impacto Cultura**
- ✚ **Impacto Económico**

4.9.1 Impacto Social

Ponderación							
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuente de empleo							X
Crecimiento económico						X	
Generación de utilidades						X	
Mejoramiento de la calidad de vida de los involucrados.						x	
TOTALES						6	3

Nivel de impacto social = $\frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$

Número de indicadores

$$NI = \frac{9}{4} = 2,25$$

El nivel de impacto económico relacionado a lo social es medio positivo ya que realizando la formula dio un total de 2,25, esto se debe a que el negocio es generador de empleo y sobre todo con el mejoramiento de la administración es notorio el crecimiento económico y la generación de utilidades que se producen.

4.9.2 Impacto Cultural

Ponderación							
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Servicio de calidad y calidez							X
Mejoramiento de la calidad de vida de los involucrados.							X
Reconocimiento Institucional						x	
TOTALES						2	6

Nivel de impacto Cultural = $\frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$

Número de indicadores

$$NI = \frac{8}{3} = 2,67$$

El impacto cultural que genera este proyecto es hacia los clientes directos e indirectos y sus propietarios, ya que el brindar un servicio de calidad y calidez será una cultura que se debe generar en todas las personas que conforman el negocio así mismo mejorar la imagen institucional, por ello genera un impacto alto positivo, ya que servirá de gran ayuda para el propietario.

4.9.3 Impacto Económico

Ponderación \ Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de empleo							X
Mejoramiento de la imagen que brinda							X
Gustos y preferencias						x	
TOTALES						2	6

Nivel de impacto Económico = $\frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$

Número de indicadores

$$NI = \frac{8}{3} = 2,67$$

El impacto económico que presenta el estudio es alto positivo, ya que el simple de hecho de mejorar la estructura física del local llamara la atención de los consumidores, así mismo garantizar el consumo en los distintos puntos de ventas con un mejoramiento de la imagen, como también generara fuentes de empleo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El análisis FODA aplicado a Súper Encebollados Escorpión revelo que entre una de sus fortalezas se encuentre el haberse posicionamiento por algunos años en el mercado esmeraldeño lo que ha permitido su crecimiento y por ende haber generado empleo algunas familias de la localidad esmeraldeña, pero se evidencio que tiene ciertas debilidades (Anexo #1) que obstaculizan el manejo de sus actividades de acuerdo al nuevo giro que han tomado las PYMES.

Súper Encebollados Escorpión no tiene estrategias de distribución y comercialización de su producto, como tampoco una cadena logística y un plan de marketing que permita promocionar el negocio y dar a conocer sus puntos de venta.

Su estructura organizacional es débil para el tipo de negocio, por cuanto el sistema administrativo operativo impide conocer el desarrollo de sus actividades, como también las funciones y responsabilidades que debe tener el personal.

Se encontró que el manejo de la información contable financiera se la maneja de forma empírica impidiendo determinar en un momento dado la situación económica y los resultados que genera el negocio a lo largo de su trayectoria en el mercado.

5.2 Recomendaciones

Reestructurar Súper Encebollados Escorpión estrategias planteadas en el análisis FODA con la finalidad de disminuir las debilidades, mantener las fortalezas y aprovechar las oportunidades.

Se aplique el plan de marketing, así como los flujos de procesos para la distribución del productos con la finalidad mejorar la imagen del negocio, así como también dar a conocer los puntos de ventas.

Establecer una estructura física y organizativa que permita desarrollar una cadena logística de acuerdo a la visión y misión propuesta para la empresa, aplicando indicadores que ayuden al crecimiento del negocio y seguir posesionándose en el mercado.

Implementar un sistema contable de acuerdo a la propuesta el cual es de fácil manejo y permitirá conocer en un momento dado la situación económica del negocio, y determinar las utilidades y pérdidas en un periodo determinado.

BIBLIOGRAFIA.

Mora, L, (2010). Gestión Logística Integral Editorial ECO, Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento.

Bureau, V, Logística Integral 2 edición (2011) Editorial Fundación Confederal

Galván, J, (2009) Fundamentos de la administración Costa Rica.

Franklin, E, (2009). Organización de empresas: Análisis, diseño y estructura, Editorial: McGraw-Hill, México D.F., México

Prieto, J, Eliecer (2010) Merchandising la seducción en el punto de venta, 2 Edición. Editorial Litoperla Impresores Ltda.

Kevin R, Hartly S, Rudelius W. (2009) Marketing, novena edición

Verala, V, Rodrigo (2001) Innovación Empresarial, arte y ciencia de creación de empresas. Edición Persona Educación.

Stanton J, Etzel J, Walter J. (2007) Fundamentos de marketing. Decimacuarta edición

Zeithaml, Bitner & Gremler (2009) Marketing de servicios, quinta edición, editorial McGraw - Will

Marchan, T, (2011) Creación de una empresa de asesoría y Logística Portuaria para la exportación de productos agrícolas locales por el puerto comercial de Esmeraldas. Tesis PUCESE.

Crone, S. (2009) Distribución y Logística. Definición de Logística. Extraído el 10 de noviembre del 2012. De <http://www.distribucion-y-logistica.com/distribucion/definiciones/distribucion-definicion.html> .

Peña, V, (2009) Cadena de Suministros sus niveles e importancia, http://www.alumnos.inf.utfsm.cl/~vpena/ramos/inf362/informe.supply_chain.pdf

Anónimo, versión electrónica; fecha de extracción 25 de octubre de 2012
<http://definicion.de/cadena-de-valor/>

Anónimo, versión electrónica; fecha de extracción 26 de septiembre de 2012

http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=92

PRESENTACIÓN
DE LA
PROPUESTA



Elaborado por:

Macias Arteaga Mayra Lisseth

Autora

Dirigido a:

HOLGER VICTORIANO MACIAS CEVALLOS

Propietario

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO ALTERNATIVA

De acuerdo a los resultados obtenidos se propone a Súper Encebollados Escorpión una propuesta alternativa que conlleve a mejorar la imagen del negocio.

I. TEMA

Reestructuración administrativa operativa contable y financiera de Súper Encebollados Escorpión

II. . IMPORTANCIA


La propuesta que se detalla a continuación se ha basado en las debilidades que se encontraron en la investigación; esta propuesta está basada en las mejoras que debe aplicar el propietario de Súper Encebollados Escorpión con la finalidad de consolidar las actividades operativas y financieras.


III. OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar una propuesta de reestructuración administrativa, operativa, contable y financiera Súper Encebollados Escorpión

Objetivo específicos

-  Establecer un organigrama estructural acorde con el tipo de negocio.

-  Plantear un manual de funciones para cada uno de los cargos, detallando las funciones y perfiles.

- ✚ Elaborar un Reglamento Interno basado en el Código de Trabajo ecuatoriano.
- ✚ Mejorar la estructura física de los negocios, así como implementar el área administrativa.
- ✚ Proponer formatos de fácil manejo para el control de las distintas actividades.
- ✚ Plantear un plan de marketing el cual ayudara aumentar sus ventas así como la satisfacción de los clientes.
- ✚ Proponer la adquisición de un software contable.
- ✚ Elaborar flujos de procesos los cuales ayuden a establecer la forma en cómo realizar las actividades.
- ✚ Elaborar un estudio económico financiero el que permita conocer la rentabilidad del proyecto.

IV. ALCANCE

La presente propuesta se realizara en las instalaciones de Súper Encebollados Escorpión, el área de producción que se encuentra ubicado en el Barrio 31 de Mayo y en los distintos puntos de venta.

V. FACTIBILIDAD

La propuesta es viable realizarla por cuanto se cuenta con el apoyo del propietario además se cuenta con los recursos materiales y humanos, y de acuerdo al estudio económico financiero es rentable.

CAPÍTULO I

PROPUESTA ADMINISTRATIVA OPERATIVA

1.1 Misión

Encebollados Escorpión busca ofrecer a sus clientes el mejor producto, delicioso y único encebollado original de la ciudad de Esmeraldas, elaborado con las mejores materias primas del medio, en un ambiente acogedor y brindando un servicio de calidad que no de la competencia.

1.2 Visión

Súper Encebollados Escorpión busca que su marca permanezca en el tiempo como el encebollado de referencia en la provincia de Esmeraldas, procurando que la misma sea reconocida por el mercado local y turístico que visita nuestra linda provincia, contribuyendo a la sociedad con la generación de empleo a lo largo del tiempo.

1.3 Objetivos

- ✓ Fortalecer la imagen de la marca local con la finalidad que garantice calidad, confianza y seguridad al momento de degustar el producto.
- ✓ Desarrollar cursos de capacitación continua que permita mejorar las capacidades de los empleados actuales para mejorar la atención al cliente.
- ✓ Establecer medios de control para corregir y mejorar los procesos actuales de distribución del producto a nivel de la parte norte de la provincia de Esmeraldas
- ✓ Crear una cultura de calidad y calidez en el servicio.

1.4 Valores

Todos quienes conforman el equipo de trabajo de súper encebollados Escorpión deberán tener en consideración los siguientes valores que ayudaran a fomentar el trabajar en equipo.

- ✓ Respeto
- ✓ Puntualidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Compañerismo
- ✓ Compromiso
- ✓ Solidaridad
- ✓ Creatividad e innovación
- ✓ Ética
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Comunicación

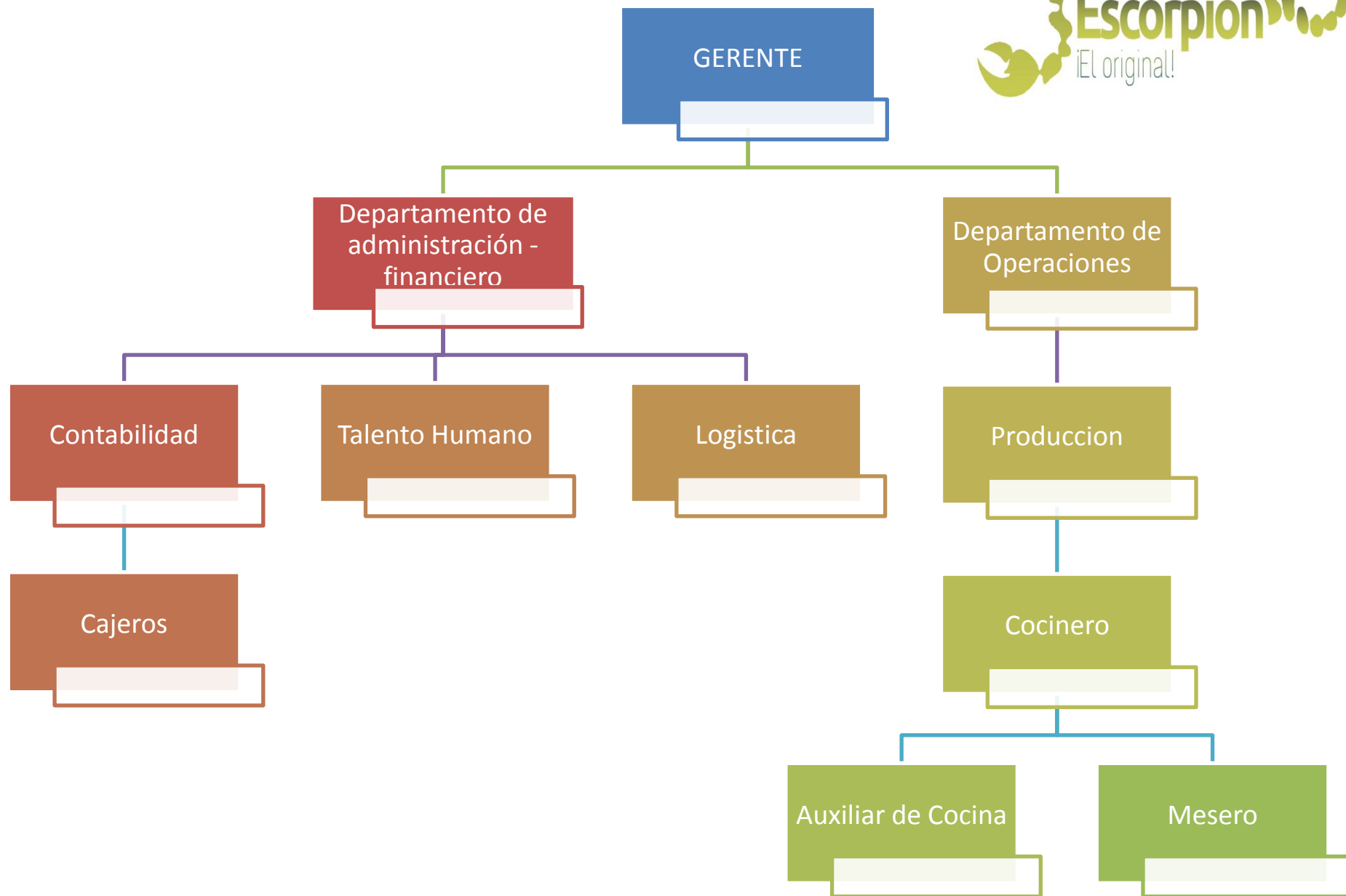
1.5 Organigrama Estructural

Es fundamental que todas las empresas sin importar el tamaño tengan un organigrama ya que este permite direccionar los mandos así como ubicarse a que área realmente se pertenece, esto se puede confirmar según **Las Normas Técnicas de Control Interno 200-04**.

La máxima autoridad debe crear una estructura organizativa que atienda el cumplimiento de su misión y apoye efectivamente el logro de los objetivos organizacionales, la realización de los procesos, las labores y la aplicación de los controles pertinentes. La estructura organizativa de una entidad depende del tamaño y de la naturaleza de las actividades que desarrolla, por lo tanto no será tan sencilla que no pueda controlar adecuadamente las actividades de la institución, ni tan complicada que inhiba el flujo necesario de información. Los directivos comprenderán cuáles son sus responsabilidades de control y poseerán experiencia y conocimientos requeridos en función de sus cargos.

Toda entidad debe complementar su organigrama con un manual de organización actualizado en el cual se deben asignar responsabilidades, acciones y cargos, a la vez que debe establecer los niveles jerárquicos y funciones para cada uno de sus servidoras y servidores.

Organigrama Estructural



1.6 Manual de Funciones

El manual de funciones es el que permite conocer las tareas que debe realizar los trabajadores en los distintos puestos, así como también conocimiento de la educación que debe tener para asumir el cargo. **Según Las Normas Técnicas de Control Interno 407-02.**

Manual de clasificación de puestos Las unidades de administración de talento humano, de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente y las necesidades de la institución, formularán y revisarán periódicamente la clasificación de puestos, definiendo los requisitos para su desempeño y los niveles de remuneración. La entidad contará con un manual que contenga la descripción de las tareas, responsabilidades, el análisis de las competencias y requisitos de todos los puestos de su estructura y organizativa. El documento será revisado y actualizado periódicamente y servirá de base para la aplicación de los procesos de reclutamiento, selección y evaluación del personal. La definición y ordenamiento de los puestos se establecerá tomando en consideración la misión, objetivos y servicios que presta la entidad y la funcionalidad operativa de las unidades y procesos organizacionales.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Gerencia
CARGO:	Gerente General
JEFE INMEDIATO:	

MISIÓN

Contribuir a la aplicación de las políticas con la finalidad de dar un producto y servicio de calidad y calidez alcanzando la satisfacción de los clientes internos y externos para lograr la excelencia.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">+ Relaciones Humanas+ Administración de los procesos
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">+ Tercer Nivel en Ingeniera en Administración de empresas
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">+ En cargos similares de 2 a 3 años

Descripción de funciones

- + Desarrollar planes de ventas y promociones que se ajusten al presupuesto del negocio.
- + Realizar juntas con todos los miembros del negocio para tomar decisiones.
- + Supervisar y controlar todas las operaciones del negocio tanto administrativas y operacionales.
- + Solucionar Problemas y quejas de los clientes.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Administrativo - Financiero
CARGO:	Director Administrativo – Financiero
JEFE INMEDIATO:	Gerente General

MISIÓN

Efectuar procedimientos que permitan gestionar la administración financiera fundamentalmente en los procesos presupuestarios de contabilidad, soporte logístico para el desarrollo de las actividades de una manera eficiente.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">+ Contabilidad+ Administración+ Relaciones Humanas+ Comercialización y Distribución
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">+ Tercer Nivel en Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">+ En cargos similares de 2 a 3 años

Descripción de funciones

- + Intervenir y diseñar políticas de control interno para las áreas a su cargo.
- + Organizar, sistematizar los procesos que se desarrollaran en las distintas áreas.
- + Certificar los balances previa verificación integral de la contabilidad.
- + Aprobar la compra de suministros y servicios dentro de los niveles autorizados.
- + Intervenir, asesorar y aplicar las decisiones de la gerencia general.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Contabilidad
CARGO:	Contadora/o
JEFE INMEDIATO:	Director Administrativo – Financiero

MISIÓN

Garantizar el debido registro contable de las transacciones para dar fiabilidad en el proceso y poder tomar decisiones acertadas.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">✚ En NIIF✚ Contabilidad sistematizada✚ Indicadores
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">✚ En 5 ciclo de Universidad en Contabilidad
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">✚ En la misma área de 1 a 2 años

Descripción de funciones

- ✚ Elaborar y analizar los estados financieros del negocio.
- ✚ Cumplimiento de los aspectos de control interno y financieros.
- ✚ Mantener la confidencialidad de la información
- ✚ Prever y detectar errores y desviaciones en los procedimientos y registros de las ventas.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Facturación
CARGO:	Cajeras/os
JEFE INMEDIATO:	Contabilidad

MISIÓN

Brindar un servicio de calidad al momento de vender los productos y poder garantizar el resguardo del dinero de una manera adecuada.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">✚ Contables✚ Atención al usuario
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">✚ Bachiller – estar estudiando en la Universidad
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">✚ En cargos similares de 6 meses a 1 año

Descripción de funciones

- ✚ Dar información a los clientes sobre los productos que tiene el negocio.
- ✚ Cobrar lo que el cliente solicita y emitir la factura.
- ✚ Registrar todas las ventas en el formato de ingreso, aplicar políticas establecidas en el reglamento interno.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Talento Humano
CARGO:	Jefe de talento Humano
JEFE INMEDIATO:	Director Administrativo

MISIÓN

Administrar y desarrollar competencias de eficiencia y calidad que motive a los empleados a sentirse parte del negocio, así como asegurar el pago de su jornada laboral y todos los beneficios aplicando las normas y leyes vigentes.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">✚ Procesos Productivos.✚ Normativa vigente en base a lo laboral.
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">✚ Título de Ingeniera en Administración de empresas o abogado
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">✚ En cargos similares de 1 a 2 años

Descripción de funciones

- ✚ Formular y proponer programas anuales de capacitación y desarrollo del personal para mejorar la atención al cliente y el trabajo en equipo.
- ✚ Velar por el cumplimiento del pago a los trabajadores de manera oportuna.
- ✚ Elaborar informes que indiquen el desempeño de los trabajadores
- ✚ Preparar los contratos como los documentos del Ministerio de Relaciones Laborales, Instituto de Seguridad Social.
- ✚ Diseñar un proceso para la contratación y selección del personal.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Logística
CARGO:	Jefe de Logística
JEFE INMEDIATO:	Director administrativo

MISIÓN

Garantizar los procesos de distribución y comercialización del producto manteniendo la calidad del producto, así como supervisar las operaciones de los puntos de ventas y meseros en el rendimiento de la eficiencia de sus funciones.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">Distribución y ComercializaciónAdministración de procesos
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">Mínimo bachiller estudiante de Universidad
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">En la misma área de 1 a 2 años

Descripción de funciones

- Elaborar y analizar las rutas para la distribución del producto.
- Vigilar que todos los canales de distribución se encuentren previamente establecidos así como monitorear el tiempo y el estado físico en el que se encuentran las principales vías de acceso.
- Optimizar los recursos que interfieren en la distribución y comercialización de productos mediante análisis de la cantidad que se necesita del producto.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Departamento de Operaciones
CARGO:	Director de Operaciones
JEFE INMEDIATO:	Gerente General

MISIÓN

Coordinar y vigilar los procesos de producción y venta del producto así como supervisar la higiene del área.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">+ Procesos Administrativos+ Atención al usuario+ Normativa de higiene
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">+ Título de tercer nivel en Administración
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">+ En la misma área de 2 a 3 años

Descripción de funciones

- + Mantener un buen nivel de inventarios y una adecuada rotación del mismo.
- + Supervisar el proceso de producción del producto.
- + Vigilar la higiene de toda el área, así como el contar con el equipo y las herramientas necesarias para el trabajo.
- + Formular y desarrollar los métodos más adecuados para la elaboración y venta del producto del producto.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Producción
CARGO:	Jefe de Producción
JEFE INMEDIATO:	Director de Operaciones

MISIÓN

Garantizar los procesos de producción, garantizar el uso adecuado de los materiales en la elaboración del producto.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">✚ Administración de materiales✚ Inventarios e indicadores analíticos.
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">✚ Mínimo bachiller estudiante de Universidad
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">✚ En cargos similares de 1 a 2 años

Descripción de funciones

- ✚ Aplicar procedimientos para una mejor rotación de los inventarios en la cocina
- ✚ Elaborar la lista de los productos faltantes y reportarla al director de operaciones.
- ✚ Vigilar que los procesos se cumplan tanto en la preparación del producto como en la venta del producto.
- ✚ Controlar que el material sea utilizado de una manera precisa.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Cocina
CARGO:	Cocinero
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Producción

MISIÓN

Elaborar el producto con la más alta calidad utilizando de una manera idónea los Materiales que intervienen en la producción.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">+ Cocina+ Manejo de utensilios de cocina
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none">+ Bachiller
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">+ En la misma área de 1 a 2 años

Descripción de funciones

- + Supervisar la calidad y limpieza de los alimentos.
- + Prepara el producto según la estandarización de la receta, basado en la cantidad y volumen que requiera.
- + Inspeccionar a los auxiliares en la preparación inicial de la materia prima.
- + Verificar la calidad del producto terminado en la hora establecida de entrega.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Cocina
CARGO:	Auxiliar de Cocina
JEFE INMEDIATO:	Cocinero

MISIÓN

Garantizar la higiene de los materiales que intervienen en la producción del producto como la limpieza de la infraestructura.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	✚ Manejo de utensilios de cocina
EDUCACION	✚ Haber terminado la primaria.
EXPERIENCIA	✚ En áreas similares 1 año

Descripción de funciones

- ✚ Mantener limpio la estructura como los utensilios de cocina.
- ✚ Preparar anticipadamente y correctamente los alimentos que se utilizan en la preparación del producto.
- ✚ Entregar del producto terminado para que sea distribuido.

MANUAL DE FUNCIONES



Caracterización

AREA:	Mesero
CARGO:	Mesero/a
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Producción

MISIÓN

Tener contacto directo con los clientes, detectar y satisfacer inmediatamente sus necesidades como así también sus quejas, brindando un servicio de calidad y excelencia para que el cliente se sienta satisfecho.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS	<ul style="list-style-type: none">✚ Atención al usuario✚ Normativa de higiene
EDUCACION	<ul style="list-style-type: none">✚ Bachiller
EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none">✚ En la misma área de 1 a 2 años

Descripción de funciones

- ✚ Atención a los clientes ofreciendo los productos de una manera amable y carismática.
- ✚ Coordinar todas las actividades con sus compañeros /as de trabajo y hacerlo de una manera equitativa y presentarlas al jefe inmediato para la aprobación de las mismas.

1.7 Reglamento Interno

Es un documento de suma importancia el cual debe tener toda empresa con la finalidad de que se convierta en una norma reguladora, el cual estaba basado en el código de trabajo, el reglamento interno se debe dar a conocer y entregarse a cada uno de los trabajadores.

Reglamento interno Súper Encebollados Escorpión

Las disposiciones del Reglamento interno son indispensables para la marcha eficaz de Súper Encebollados Escorpión, convirtiéndose en una clave para el éxito de todas las personas quienes conforman este negocio.

Cualquier incumpliendo a estas dispersiones serán sancionadas con las leyes Laborales.

Por lo tanto se da a conocer los siguientes aspectos importantes del negocio:

Misión

Encebollados Escorpión busca ofrecer a sus clientes el mejor producto, delicioso y único encebollado original de la ciudad de Esmeraldas, elaborado con las mejores materias primas del medio, en un ambiente acogedor y brindando un servicio de calidad que no de la competencia.

Visión

Súper Encebollados Escorpión busca que su marca permanezca en el tiempo como el encebollado de referencia en la provincia de Esmeraldas, procurando que la misma sea reconocida por el mercado local y turístico que visita nuestra linda provincia, contribuyendo a la sociedad con la generación de empleo a lo largo del tiempo.

Objetivos

- ✓ Fortalecer la imagen de la marca local con la finalidad que garantice calidad, confianza y seguridad al momento de degustar el producto.
- ✓ Desarrollar cursos de capacitación continua que permita mejorar las capacidades de los empleados actuales para mejorar la atención al cliente.
- ✓ Establecer medios de control para corregir y mejorar los procesos actuales de distribución del producto a nivel de la parte norte de la provincia de Esmeraldas
- ✓ Crear una cultura de calidad y calidez en el servicio.

Valores

Todos quienes conforman el equipo de trabajo de súper encebollados Escorpión deberán tener en consideración los siguientes valores que ayudaran a fomentar el trabajar en equipo.

- ✓ Respeto
- ✓ Puntualidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Compañerismo
- ✓ Compromiso
- ✓ Solidaridad
- ✓ Creatividad e innovación
- ✓ Ética
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Comunicación



REGLAMENTO INTERNO

Índice

- + CAPÍTULO I: Reglamento general y requisitos a los que deben sujetarse los empleados
- + CAPÍTULO II: Jornada de Trabajo
- + CAPÍTULO III: Remuneraciones
- + CAPÍTULO IV: lugar de trabajo
- + CAPÍTULO V: Reclamos y consultas
- + CAPÍTULO VI: sanciones y terminación de la relación laboral
- + CAPÍTULO VII: Medidas de higiene y Seguridad
- + CAPÍTULO VIII: Obligaciones de los Empleados
- + CAPÍTULO IX: Prohibiciones de los empleados
- + CAPÍTULO X: Sanciones
- + CAPÍTULO XI: Motivación a los empleados



CAPÍTULO I: REGLAMENTO GENERAL Y REQUISITOS A LOS QUE DEBEN SUJETARSE LOS EMPLEADOS

Propósito

El presente Reglamento Interno de trabajo, tiene el objetivo de establecer un sistema de régimen al recurso humano del negocio, con la finalidad de alcanzar los más altos grados de eficiencia en el trabajo, que regulen las relaciones entre la empresa y sus empleados, sujetos al código del trabajo.

La empresa con domicilio en el sector de La Y de Vuelta Larga, Barrio 31 de Mayo en la ciudad de Esmeraldas, es un restaurant que se dedica a la venta de Encebollados, en el cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 64, del código de Trabajo dicta el presente Reglamento Interno.

Art.1 El presente reglamento regula las relaciones entre la empresa “Súper Encebollados Escorpión”, y los trabajadores que laboran en la misma.

Art.2 Están sujetos al presente Reglamento, todas las personas que desempeñen cualquier trabajo a favor de la empresa “Súper Encebollados Escorpión”

El presente Reglamento es de observación obligatoria tanto para la empresa como para los trabajadores a si servicio incluyendo, a todos los trabajadores que ingresen con posterioridad a la fecha de legalización e implementación del mismo.

Art.3 La empresa es un entidad de naturaleza productiva, de procesos y comercial con domicilio en la ciudad de Esmeraldas, provincia Esmeraldas, máxima autoridad de administración de la empresa es el GERENTE GENERAL, el cual es el Representante legal y el único autorizados para adquirir obligaciones con terceros y en las relaciones con sus trabajadores, representara a la Empresa.

Art.4 Previamente a la prestación de servicios los trabajadores deberán cumplir los siguientes requisitos y documentación:

- Ser mayor de edad;

- Cedula de Identidad y/o ciudadanía;
- Certificado de instituciones y educación del candidato;
- Certificado de los últimos trabajo;
- Certificado de salud ocupaciones emitido por cualquier Centro de Salud autorizados por el Ministerio de Salud Pública del País.
- Certificado de votación del ultimo sufragio
- Certificado de antecedentes penales.
- Cualquier otro documento o instrumento que a juicio de la empresa considere necesario.

Art.5 El trabajador proporcionara por escrito al Empleador, la dirección domiciliaria actual, siendo su obligación comunicar de inmediato a la empresa cualquier cambio de su dirección domiciliaria.

Art.6 Cumplidos los requisitos establecidos por la empresa, se procederá a celebrar por escrito el contrato de trabajo respectivo.

Todos los trabajadores tendrán sus contratos por escrito y estarán sujetos a las condiciones establecidas en el código de trabajo.

Art.7 Ningún candidato a trabajador de la empresa, se considerara como trabajador de ella mientras no suscriba el respectivo contrato de trabajo.

Art.8 Ningún trabajadores debe considerarse despedido, sino cuando hubiese sido notificado en forma legal por el gerente general o la persona que hiciera sus veces.

CAPÍTULO II: JORNADA DE TRABAJO

Art.9 La jornada semanal de trabajo será de 40 horas. El horario que regirán en la empresa será de 08:00 a.m. a 16:00 p.m. para el personal administrativo.

El horario señalado podrá ser modificado a petición de la empresa y por necesidades de la misma, previo convenio con los trabajadores.

Art.10 Los trabajadores del área de producción ingresaran a las 04:00 a.m. a 11:00 a.m. de lunes a domingo considerando un total de 49 horas semanales, considerando un tratamiento especial como se considera en el código de trabajo.

Art.11 Los meseros y cajeros ingresaran a las 06:00 a.m. a 14:00 p.m. en una jornada de lunes a domingos, en donde se considerara lo que indica el código de trabajo para las jornadas especiales.

Art.12 Todos los trabajadores tendrán una tolerancia de 15 minutos de retraso para ingresar a la jornada de trabajo.

Art.13 No se consideraran horas suplementarias o jornadas extraordinarias las que tuvieran que realizar los trabajadores, como consecuencia de sus propios errores, negligencia o abandono de sus labores debidamente comprobado.

Art.14 Todos los trabajadores asistirán con puntualidad a realizar su labor diaria prestando además mutua cooperación para el mejor cumplimiento de sus labores. Cuando el trabajador no pueda concurrir a la empresa por enfermedad u otra causa justa, solicitara al correspondiente permiso al Jefe Inmediato, personalmente o por intermedio de otra personas, los permisos se concederán por escrito, y la enfermedad será comprobada mediante certificado del “IESS”, hospital, centro médico, clínica, la calamidad doméstica y la fuerza mayor serán comprobadas a satisfacción de la empresa.

Art.15 Los trabajadores que incurren en más de tres faltas injustificadas de asistencia o puntualidad en diferentes días en un periodo mensual de labor, dará derecho al empleador para solicitar el Visto Bueno ante la inspección de Trabajo, de conformidad con el numeral primero del artículo 172 del código de trabajo que dice: “Por faltas repetidas e injustificadas de puntualidad o de asistencia al trabajo.

Art.16 Los trabajadores del área de producción y meseros tendrán un día de descanso a la semana los cuales se darán de manera coordina con el director de Recursos Humanos, los días que no se tomaran en cuenta serán los feriados y los fines de semana para los descansos.

CAPÍTULO III: REMUNERACIONES

Art.17 La empresa liquidara semanalmente a sus trabajadores los valores correspondientes a ingresos y se realizaran las deducciones que tengan pendientes.

Art.18 Si por ausencia del trabajador hubiere necesidad de que otra persona cobre si salario, esta deberá presentar carta de poder otorgada por el trabajador ausente.

Art.19 todos los trabajadores están obligados a firmar el rol de pago, la negativa del trabajador a otorgar la firma de dicho documento, relevara a la empresa de entregar los salarios respectivos.

Art.20 El empleador esa en la obligación de dar una copia del rol de pagos al trabajador y aún más si a este se le hacen descuentos en el rol.

Art.21 Los anticipos a los trabajadores se darán a partir de tener 2 meses trabajando en la empresa y será en base al 50% del sueldo.

Art.22 Los préstamos a trabajadores se consideran a partir del año de trabajo con un máximo de dos sueldos mensuales juntos, los que se descontaran de acuerdo los términos de las partes en el rol de pago.

CAPÍTULO IV: LUGAR DE TRABAJO

Art.23 La empresa se compromete en proveer en un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Cualquier empleado que cometa alguno de estos hechos será sancionada de acuerdo al presente reglamento se considerara la discriminación como se menciona en la constitución de la República del Ecuador según el *TÍTULO II DERECHOS en el Capítulo primero Principios de aplicación de los derechos Artículo 11.*

Art.24 En el caso de los trabajadores del área de producción el lugar de trabajo se realizara en la planta ubicada en el Barrio 31 de Mayo, La Y de Vuelta Larga; los meseros tendrán distintos lugares de trabajo dependiendo la sucursal en donde se los otorgue el puesto de trabajo, el personal administrativo trabajara en las oficinas asignadas en la planta de producción.

CAPÍTULO V: RECLAMOS Y CONSULTAS

Art.25 Los reclamos y consultas deben presentarse al Gerente General, quien solucionara, en cada caso de acuerdo a la Ley y basándose estrictamente a las dispersiones del presente reglamento interno.

Art.26 Los trabajadores deben respetar los niveles mando recordar que todo reclamo, consulta o sugerencia deben presentar a su jefe inmediato dando a la conocer promedio de un escrito.

CAPÍTULO VI: SANCIONES Y TERMINACIÓN DE LA RELACIÓN LABORAL

Art.26 De acuerdo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador se aplicara una de las sanciones detalladas aquí:

- Amonestación verbal
- Amonestación Escrita
- Terminado el contrato de trabajo.

Art.27 El representante Legal de la empresa o la persona delegada es la única con capacidad para dar por terminada la relación laboral con cualquier trabajador.

Art.28 En caso de desahucio, el trabajador deberá laborar 15 días según lo establecido en el código de trabajo.

CAPÍTULO VII: MEDIDAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD

Art.29 El personal no podrá realizar ningún acto que pueda poner en peligro su propia seguridad y la de sus compañeros.

Art.30 En la planta, oficina y locales siempre existirá un botequín de emergencia con implementos médicos básicos para la atención a trabajadores, además cumpliendo con un requisito indispensable contar con un extintor.

Art.31 Para evitar accidentes de trabajo, los trabajadores deberán mantener presentes las siguientes reglas:

- Queda estrictamente fumar en las horas de trabajo dentro de las instalaciones.
- Deben mantener intacto el uniforme que será entregado al momento de firmar el contrato, para evitar algún tipo de accidente.
- Seguirán con todo cuidado y esmero las instrucciones dadas por la empresa respecto a la ejecución de las labores asignadas.

Art.32 Cuando algún trabajador contraiga alguna enfermedad viral o contagiosa, este o cualquier otro trabajador de la empresa que tuviere conocimiento del hechos, están obligados a dar de inmediato aviso a su jefe inmediato, a fin de que el trabajador enfermo.

CAPÍTULO VIII: LAS DIFERENTES ÁREAS DEL RESTAURANTE

Art.33 Ningún visitante podrá pasar a la zona de cocina.

Art.34 El único lugar de accesos para clientes son las zonas habilitadas para comer.

Art.35 Se deberá brindar un servicio eficiente y con prontitud manteniendo la calidad del producto y servicio.

Art.36 Sera responsabilidad de cada empleado la limpieza inmediata de los utensilios de cocina así como de las baterías sanitarias.

Art.37 El encargado de supervisar las áreas de venta y la planta de producción debe considerar los suministros de limpieza que no falten.

CAPÍTULO IX: OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Art. 38 Son obligaciones de la empresa cancelar los salarios pactados en el tiempo mencionado en el artículo 17 y 18 de este reglamento interno.

Art.39 Proporcionar los instrumentos y materiales necesarios para su trabajo así como el uniforme.

Art.40 Guardar a los trabajadores la debida consideración, absteniéndose de maltrato de palabra y obra.

Art.41 Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para que ejerzan el derecho al voto en las elecciones populares.

Art.42 Organizar permanentemente cursos de capacitación y adiestramiento.

Art.43 Adoptar medidas de higiene y seguridad previstas en las leyes.

Art.44 Cualquier tipo de accidente que ocurra en la jornada de trabajo la empresa tendrá que analizar si le toca correr con los gastos.

Art.45 Las situaciones no previstas en el presente reglamento que se encuentren estipuladas en el código de trabajo.

Art.46 El presente reglamento interno de trabajo será entrega a cada uno de los trabajadores al servicio de restaurante “Súper Encebollados Escorpión” de su contratación a efecto que conozcan los derechos y obligaciones.

CAPÍTULO IIX: OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Art.47 Son obligaciones del trabajar, además de las que consten en el Código de Trabajo, en el Contrato Individual y en este Reglamento, las siguientes:

- Dar cumplimiento a las órdenes, directivas e instrucciones que por razones de trabajo sean impartidas.
- Guardar corrección y buena conducta en todo sentido, respetando las normas de moral, disciplina e integridad.
- Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar donde debe desempeñarlo.

- Utilizar el uniforme toda la jornada de trabajo.
- Procurar lavarse las manos las veces necesarias y desinfectarlas.
- Cuidar debidamente los materiales y utensilios que se entregaron y comunicar al jefe inmediato en el caso de algún desperfecto.

CAPÍTULO IIIX: PROHIBICIONES DE LOS TRABAJADORES

Art.48 Además de los que se encuentran establecidos en el artículo 45 del Código de trabajo en los diversos pasajes de este reglamento, la empresa prohíbe terminante a sus trabajadores lo siguiente:

- Suspender las labores, promover suspensiones o participaciones en ellas.
- Encargar a terceros las labores que le competen.
- Negarse a realizar las labores establecidas y en el horario de trabajo.
- Ingerir bebidas alcohólicas, y presentarse en la jornada de trabajo en estado etílico.
- Destruir las pertenencias de la empresa.
- Abandonar el trabajo sin dar explicación a su jefe inmediato.
- Tomar de la empresa herramientas utensilios sin autorización.
- Ofender, hostilizar, coaccionar o agredir a los compañeros de trabajo.

CAPÍTULO X: SANCIONES

Art.49 La empresa puede aplicar sanciones de acuerdo a la gravedad y la reincidencia de la falta, podrán ser desde la amonestación verbal hasta la rescisión de la relación al trabajo, previo Visto Bueno.

Art.50 De conformidad con el artículo 172 del Código de Trabajo constituyen faltas graves de indisciplina y desobediencia de asistencia al trabajo.

- El hurto o robo de bienes o especies de propiedad de la empresa, compañeros de trabajo, clientes o terceras personas.

- Solicitar constantemente permisos de cualquier naturaleza.
- Por ausentarse indebidamente del trabajo
- El abuso de confianza entre las autoridades y superar los cargos que se asignaren
- Por entorpecer, limitar o reducir la producción en cualquier departamento.

1.8 Selección del Personal

Es indispensable que el encargado de Talento Humano de a Conocer a la gerencia el motivo del porque se requiere hacer un llamado de postulantes a futuros trabajadores para realizar una selección.

Se da a conocer la vacante para contratar al personal con las características necesarias y más capacitadas para el puesto de trabajo, se deben ubicar avisos en el diario, pedir que se recomiende a alguien u otra manera que el director de Talento humano prefiera.

Las personas que desean deben presentar la siguiente documentación.

- ✚ Currículum Vitae con la información de identificación personal, formación académica profesional y especializada, otros estudios realizados relacionados con la profesión, experiencia laboral específica, referencias y logros laborales o académicos.
- ✚ Cedula de Identidad y Certificado de Votación.
- ✚ Fotocopia de Certificado de inscripción profesional en caso de afiliación algún colegio.
- ✚ Record policial actualizado
- ✚ Fotocopia de Títulos de Grado Máximo de Estudios.
- ✚ Fotografía tamaño carnet actualizada
- ✚ Recomendaciones Personales y de trabajos anteriores (dirección y números telefónicos actualizados.)

Una vez que se hayan preseleccionado las carpetas se solicita una entrevista para conocer mejor sobre el candidato, con la finalidad de analizar si el personal correcto para ocupar el cargo.

1.8.1 Contratación del personal

Una vez que se haya seleccionado a la persona a ocupar el cargo se procese hacer la contratación de una manera legal:

- ✚ Firmar el contrato, siempre y cuando exista un acuerdo entre las partes
- ✚ Afiliarlo al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- ✚ Inducción del departamento y conocimiento del negocio.
- ✚ Brindar las ayudas técnicas que necesite.

1.8.2 Inducción del personal

Considerando que la inducción es proporcionar a los trabajadores información básica y referencial sobre los antecedentes de la empresa y las actividades que estarán a su cargo por ende se muestran los siguientes pasos de manera general para una excelente inducción del personal.

- + Dar la bienvenida al negocio.
- + Introducción a la organización
- + Conocimiento de la planta de producción y de los locales.
- + Proceso de enseñanza
- + Demostrar las tareas que tiene que cumplir
- + Entregar el manual de funciones correspondiente al cargo que ocupe.
- + Dar a conocer el reglamento interno, políticas que tiene el negocio.

1.8.3 Remuneraciones

Los sueldos que percibirán los trabajadores están basados con el sueldo base, se indica que los trabajadores recibirán todos los beneficios como los indica la ley considerando los siguientes:

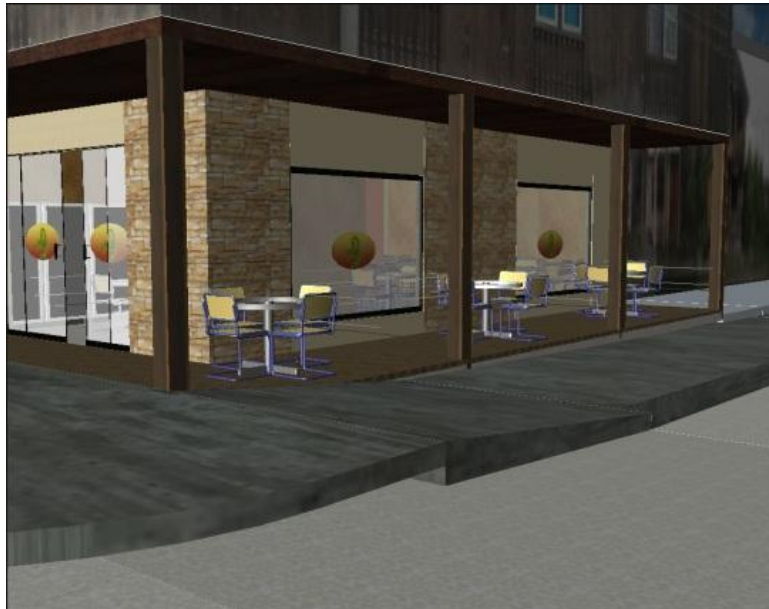
- + Pago de Horas Extras
- + Décimo Tercer Sueldo
- + Décimo Cuarto Sueldo
- + Aporte Patronal
- + Fondo de Reserva

(Ver anexo N° 14)

1.9 Mejoramiento de la Estructura de la Matriz

Con el objetivo de mejorar visiblemente la estructura del negocio se recomienda se lo realice de manera en como se indica en los gráficos, ya que esta basados en los que clientes desean apreciar, sin embargo está sujeto al gusto y preferencia del propietario.

Nueva estructura de la matriz

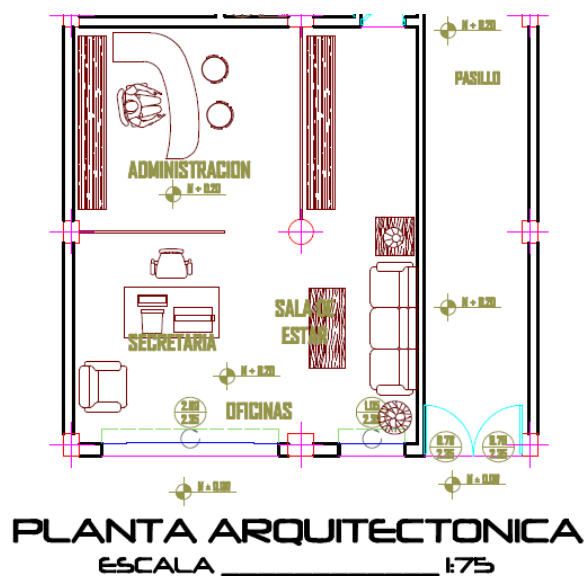






La propuesta que se hace para todas las sucursales es el de pintar los locales, rótulos llamativos con el nombre y el logotipo del negocio, que todos brinden los mismos productos en cuanto a bebidas, recalcar que las fundas, servilletas y manteles deben tener el logotipo con la finalidad de poder indicarle al cliente que todos pertenecen a una sola cadena.

1.10 Implementación del Área Administrativa



Las áreas administrativas estarán divididas en gerencia, contabilidad, recursos humanos con la finalidad de mejorar el ambiente laboral, las oficinas estarán ubicadas en la parte delantera del área de producción cuya dirección es en el Barrio 31 de Mayo, se propone que las oficinas se adecuen de una forma adecuada con la finalidad de lograr un equipo de trabajo administrativo unido.


1.11 Formatos para el Control Interno

El control interno es indispensable en todas las empresas para poder supervisar tanto los materiales como los procesos por ello con la finalidad de poder controlar la eficiencia y eficacia de la cadena logística se indican los siguientes formatos los cuales pueden ser modificados para realizar mejoras según lo considere el propietario del negocio.

1.- Pedido de encebollado: esta hoja permitirá conocer la cantidad de encebollado que se solicitado por intermediarios, de una manera esquematizada, la cual se debe dar a conocer al jefe de producción la fecha en la que se debe aumentar la producción, así mismo permite conocer con anticipación el lugar de entrega del producto, y conocer si

Ha sido cancelado o proceder al cobro; los pedidos no se podrán solicitar de un día para otro sino con un máximo de 72 horas, para organizar la producción.

Se debe conocer quién es la persona que solicita el producto así como dar a conocer que es totalmente prohibido alterar el producto con el incremento de otros ingredientes.


PEDIDO DE ENCEBOLLADO						
Empresa	SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPION					
Encargado	Logística					
Supervisado	Jefe de Producción					
Fecha	Solicitante	Cantidad	Lugar de entrega	Hora de entrega	Observación	

2.- Ruta de Logística o Distribución: Este formato se debe emplear cada vez que exista una solicitud nueva para indicar como llegar al lugar, así como se debe elaborar una vez al mes las rutas de todos los puntos de ventas existentes, con la finalidad de determinar la forma de distribución.

DISTRIBUCIÓN DE ENCEBOLLADO				
Empresa	SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPION			
Encargado	Logística			
Supervisado	Jefe de Operaciones			
Lugar de entrega	Rutas	Cantidad a Entregar	Distancia km	Observación

En el caso que el encargado de la distribución sea un personal nuevo se le indicara los dos primeros días las rutas, el cual estará a cargo del jefe de operaciones.


3.- Control de asistencia de trabajadores: Este formato se debe aplicar tanto para el área administrativa como el área de producción con la finalidad de conocer si realmente trabajan el tiempo asignado, y poder realizar el debido aumento o descuento en el caso de haber una irregularidad.

HOJA DE CONTROL DE ASISTENCIA						
Empresa	SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPION					
Encargado	Talento Humano					
Supervisado	Jefe Administrativo – Contable					
Empleado:						
Días	Fecha	Ingreso	Firma	Salida	Firma	Observación
Lunes						
Martes						
Miércoles						
Jueves						
Viernes						
Sábado						
Domingo						

Se recomienda se organice una carpeta para cada trabajador para poder contabilizar las horas trabajadas, así como al momento de firmar se supervise que únicamente se haga en el día respectivo.

4.- Control de Producto en Bodega.

A pesar de llegar a contar con un sistema contable el cual permita mantener un control de inventario es de control realizar el siguiente formato con la finalidad de garantizar el estado en el cual se encuentren los alimentos para garantizar la calidad del producto.

CONTROL DE PRODUCTO EN BODEGA						
Empresa	SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPION					
Encargado	Jefe de cocina					
Supervisado	Jefe de producción					
Hora				Fecha		
Descripción Actual			En Buen Estado		En Mal Estado	
Producto	Cantidad	Unidad	Cantidad	Unidad	Cantidad	Unidad
Firma del responsable						
Observaciones						

1.12 Manual del Sistema Contable

Se recomienda que el propietario del negocio opte por implementar el sistema de contabilidad Mónica 9. El cual se detalla de manera general a continuación.

MONICA es un conjunto de programas que le permitirán realizar:

Facturación.- Crea facturas, lleva el control de éstas, obtiene totales de ventas por clientes, por fechas, por ítem, por vendedor. Permite versatilidad en la impresión de facturas (forma pre-impresa, hoja simple/media pág.). Permite realizar estimados, así como la facilidad de imprimir las facturas y estimados en inglés y/o castellano. Puede realizar devoluciones. Cuando hace una factura el inventario automáticamente queda actualizado.

Inventario.- llevar el control de los ítems de su inventario: asignando códigos, conociendo en cualquier momento el precio, el costo, y la cantidad disponible de un determinado ítem. Así mismo tiene la capacidad de determinar el movimiento de ítems para un período determinado (Cuánto se vendió, montos, etc.). Determina el costo de su inventario. Lleva el kardex de los productos.

Clientes.- se puede determinar mediante el auxilio de MONICA cuales han sido sus ventas por clientes, cuáles son sus mejores clientes, cuanto les ha vendido y cuando

Cuentas por cobrar (Cartera).- Permite manejar las ventas al crédito que realiza con sus clientes: Vencimiento de facturas, Cargos financieros, puede obtener los estados de cuenta por cada cliente. Cierre de periodos que le permite determinar cuánto le debe cada uno de sus clientes.

Cuentas por pagar.- Maneja las compras a sus suplidores, MONICA le permite realizar cotizaciones (Averiguación del precio de un producto) y luego realizar la orden de compra (Formalizar la compra del producto). Ud. puede saber cuánto le debe a un abastecedor, si la compra fue al crédito, cuando se vence la factura, etc.

Cheques.- Lleva un control preciso de los montos girados, los cheques que han sido cobrados, aquellos que faltan ser cobrados, montos totales para un período.

Libro Diario. Registra las actividades de la empresa mediante asientos contables (Método de la partida doble). Lo cual involucra un plan contable (Cuentas) que es prácticamente ilimitado, con códigos de hasta 14 caracteres y multinivel. MONICA le proporciona una tabla de cuentas para la mayoría de países del habla hispana. Ud. puede así mismo modificar estas cuentas de acuerdo a la modalidad del negocio.

Análisis de Cuentas. Le permite al contador analizar en cualquier momento las diferentes cuentas que conforman el plan contable de la empresa y de esta manera determinar la situación de la empresa.

Reportes Contables. El Contador tiene a su alcance y en cualquier momento el Libro Diario, Reporte de Análisis de cuentas, y el Balance de Comprobación, El Balance General de la empresa, el Estado de Ganancias y Pérdidas. MONICA permite obtener estos reportes en forma interactiva, es decir, tan pronto Ud. ingresa un asiento en el libro diario, se verá reflejado inmediatamente en los reportes, no es necesario el cierre de un período para poder tener los reportes, así mismo, Ud. tiene acceso a reportes históricos ya que no existe límite en el número de períodos que puede tener en su computador (la limitación viene dada por la rapidez y capacidad de procesamiento de su computador!).



CAPÍTULO II

PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING

Para desarrollar la propuesta de publicidad se propone el siguiente logo y slogan así como las promociones con la finalidad de que el negocio aumente sus ventas y el número de clientes.

2.1 Logo



Acerca del color:

El color verde es un color secundario y es un color considerado intermedio entre cálido y frío, pues es el resultado de la unión del amarillo cálido y el azul que es un color frío. En la naturaleza fuente de todo es común hallar elementos de muy variados colores, colores tanto fríos como cálidos, por ende la gastronomía posee varios de estos elementos pues los usa y a diario en sus distintas recetas.

Aquí uno de los colores que predomina esencialmente en la gastronomía del mar es el color de la carne 'blanca' en los mariscos, los tonos beige, crema y así subiendo de tono, hasta llegar a los anaranjados de las distintas pigmentaciones externas en mariscos y moluscos varios.

Por otra parte se suman la implementación de aderezos condimentos, sales, hasta llegar a las especias y hierbas en un insuperable juego de sabores y colores que en la presentación del plato como tal, esperan deleitar al comenzar hasta el punto de enamorarlo.

El color que más se suele apreciar aquí en la preparación del famoso encebollado, es el 'caldo' propio del marisco, un tono medio casi opaco indicativo del toque único de quien lo prepara, sumado a la mezcla del rojo-anaranjado propio del ketchup o salsa de tomate, porque repito aquí, que a además de ser un juego de colores es un juego increíble de sabores- Apuesta por un placer inigualable como solo lo da la gastronomía de la mar, del que es parte el famosísimo encebollado ecuatoriano.

En el logotipo:

Así pues para la realización de este logo, y para no redundar en el color propio del encebollado o de su fuente como lo es el mismo pescado; he recurrido al color verde, pues el verde expresa ya de por sí Naturaleza, esperando traer a sí a la mente del comensal, la sensación de interacción con el mar, con la playa y la arena todo, todo en cada plato, en cada deguste del mismo, en su sabor inigualable sabor que solo lo puede brindar El Original Súper Encebollado "El Escorpión".

Acerca de la tipografía:

Sus nombres son: Melbourne y Ubuntu

En un intento de educar al público, y de dejar atrás esa fea tradición errada de usar como único recurso a la caligrafía manuscrita que en algunos casos es hasta ilegible, propongo una contraparte, propongo el uso de una tipografía más sobria, Aquí ambas son un tipo de letra que no son del todo frías siendo unas del tipo 'light', 'medium' o hasta la misma 'bold' y de nombres extranjeros, ambas presentan un redondeo sutil que las vuelve amigables y más que todo entendibles.

2.2 Slogan

¡El Original!

Por lo tanto se propone se apliquen ciertas estrategias de marketing como la publicidad en los puntos de ventas, volantes, publicaciones en la prensa escrita de la localidad, crear páginas en las redes sociales, realizar promociones, y mantenerse en la entrega de artículos a los clientes.

2.3 Publicidad

Se plantea las siguientes publicidades con la finalidad de incrementar sus ventas.

- ✚ **Publicidad en los puntos de ventas:** Esto se logrará manteniendo una imagen idéntica en todos los locales que tiene, así como los empaques del producto, conservando el logo que se propone el cual debe estar presente en distintas partes de la infraestructura, como en las servilletas, uniforme de los empleados, etiquetas en las botellas entre otras cosas importantes para que el consumidor pueda visualmente captar la publicidad.



- ✚ **Prensa Escrita:** Se realizarán publicaciones en Diario la Hora de Esmeraldas de preferencia los días Sábados, de una manera trimestral, con el fin de recordar a los clientes los distintos puntos de ventas, las promociones existentes y sobre todo captar nuevos consumidores, la publicación debe realizar con el logo y slogan del negocio, y frases llamativas, se indica un ejemplo de publicación.

Super Encebollados Escorpión
¡El original!

Invita a todos los esmeraldeños a degustar del más rico encebollado y participar de la reinauguración del local principal.

No te lo puedes perder habrán muchos premios.

Local Principal:
Libertad y Lavalén

Sucursales:
Palestina—Ríoverde
Tachina
San Mateo
Frente A la Policía
La Y de Vueltas Larga

Te esperamos no faltés...

Apertura de exposición pictórica

Super Encebollados Escorpión
¡El original!

Invita a todos los esmeraldeños a degustar del más rico encebollado y participar de la reinauguración del local principal.

No te lo puedes perder habrán muchos premios.

Local Principal:
Libertad y Lavalén

Sucursales:
Palestina—Ríoverde
Tachina
San Mateo
Frente A la Policía
La Y de Vueltas Larga

Te esperamos no faltés...

- ✚ **Televisiva:** En los canales de la provincia tanto Telemar como Telecosta en la jornada del medio día en el segmento de clasificados, realizando 2 veces a la semana de igual manera de forma trimestral, para recordar a los clientes las direcciones, promociones y sobre todo para garantizar los productos.



- ✚ **Volantes:** Estos serán repartidos en todas las parroquias de esmeraldas con una cantidad de 100 volantes de manera mensual, deben tener colores fuertes y que llamen la atención, para garantizar que logren apreciar rápidamente el nombre y dirección del local.



- ✚ **Redes Sociales:** Crear Redes sociales como Facebook, twitter, Google+, entre otros, recordando la esencia que es de motivar al cliente al consumo del producto, así como subir fotos de clientes, grupos de amigos.



- ✚ **Obsequiar artículos:** Como calendarios, bolígrafos, llaveros, destapadores, donde se encuentre el nombre del negocio, estos son incentivos a los clientes que consumen dentro de los locales con la finalidad de que se sientan satisfechos y lleven un recuerdo del negocio, la entrega de estos artículos preferencial se los puede dar en temporada de carnavales, navidad, año nuevo, aniversario del local, feriados por la gran afluencia de personas.

- ✚ **Rótulos en los locales:** Los locales tendrán un rotulo en donde se indique el nombre del negocio, colores, logotipo y el slogan, estos deben ser llamativos para captar la atención visual de las personas que pasen por los sitios, para que logran interesarse y probar el producto.

- ✚ **Empaque:** El empaque como es sencillo se propone la elaboración de fundas de color blanco con el logo impreso, así como en la tapa de la tarrina poner un adhesivo el cual lleve el logo y el slogan del negocio.

- ✚ **Letreros de exhibición:** Estos deben ser ubicados en sectores estratégicos para que las personas lo puedan apreciar así como deben ser de gran tamaño, una opción es ingresando a la ciudad en el León, en la Y de Vuelta Larga, considerando mantener colores llamativos y que resalte el logotipo del negocio.

- ✚ **Tarjetas de presentación:** Deben ser pequeñas y prácticas para guardar en las billeteras, así como su contenido debe ser práctico y ligero, como se muestra a continuación.

2.4 Promoción de ventas

Súper Encebollados Escorpión en el tiempo que tiene en el mercado no ha realizado ningún tipo promociones para que sus clientes puedan recomendarlos de una manera motivadora, se indica las siguientes promociones a tener en consideración.

- ✚ **Descuentos en Grupos estudiantiles del 7 % del total del consumo:**
Considerando la gran asistencia de grupos de estudiantes hay que motivarlos, y que mejor brindando un descuento el cual los motive asistir con más frecuencia e invitar a sus amigos.
- ✚ **Tarjetas de fidelización de clientes para descuentos en consumos superiores a \$10,00:** Teniendo una pequeña base de datos la cual permita detectar al cliente potencial y entregar esta tarjeta la cual tenga una fecha de vigencia de máximo 2 meses de su fecha de entrega esto motivara y creara lazos de fortaleza en los clientes.
- ✚ **En temporada baja realizar sorteos en compras superiores a \$15,00:** De preferencia los fines de semana porque aumenta la demanda, esto ayuda a captar la atención del cliente y que este pendiente de las actividades que realiza el negocio, así como genera una competencia entre la oferta existente.
- ✚ **Por la compra de tres tarrinas incluye un encebollado pequeño, promoción por tiempo limitado:** A quien no le gustan las promociones, es por ello que esta estrategia la debe dar a conocer por la prensa con la finalidad de que las personas por curiosidad o adquirir el producto noten los cambios, así como la calidad del producto, obteniendo captar posibles consumidores.
- ✚ **Cupones consistentes en vales de consumo gratis que estarán en los empaques de llevar:** Los vales consistirán en combos en fechas determinadas, los mismos que estarán ubicados en la parte inferior de la tarrina, con la finalidad de crear en el cliente una expectativa favorable para el negocio.

- ✚ **Cupones del 10% de descuento del total del consumo, los cuales se publiquen en la prensa de la localidad:** Los cupones de descuento o de vale otro es poco frecuente verlos en la prensa escrita de la localidad, es por ello que esta promoción captara la atención de más de un consumidor, los cuales al degustar el producto y el servicio de calidad se conviertan en clientes del negocio.

2.5 Valor Agregado

Súper Encebollados Escorpión debe dar un valor agregado a sus clientes con la finalidad de fortalecer la ventaja competitiva y fidelizar a sus clientes se puede implementar lo siguiente:

- ✚ **Servicio a domicilio:** Brindar este servicio sería totalmente algo innovador ya que la oferta no lo hace, esto ayudara a que el negocio sea una opción para las personas que trabajan, o sencillamente para esos días en que nadie desea salir de casa pero degustar de un excelente producto, por lanzamiento del servicio deberá ser gratuito, y después cobrar un valor no mayor a \$ 2,00.
- ✚ **Sillas para niños:** Que los niños menores de 4 años no sea un problema para desayunar en familia encebollados escorpión implementara sillas para niños y bebés para que los padres puedan disfrutar con mayor tranquilidad su desayuno en familia.
- ✚ **Combos:** Se deben ofrecer combos para que sea de más fácil elección para los consumidores, se proponen las siguientes alternativas.

COMBOS

COMBO 1	Plato grande + chifle + jugo	\$ 2,50
COMBO 2	Plato pequeño + chifle + jugo	\$ 2,00
COMBO 3	Tarrina Grande + chifles + pan	\$ 2,50
COMBO 4	Tarrina Pequeña + chifle + jugo	\$2,25

Se recomienda que los combos se apliquen en todos los puntos de ventas, en un lugar visible, para que los clientes puedan decidir de una mejor manera, en forma de rótulos para captar más la atención.

2.6 Estrategias de venta

Hay que considerar que las estrategias de venta ayudan a competir con la oferta existente, al brindar un servicio distinto y generar alianzas estratégicas las cuales sean de beneficio para el Súper Encebollados Escorpión; entre las estrategias se detallan las siguientes:

- ✚ **Alianza estratégica con las cooperativas de taxis:** Esta estrategia se plantea con la finalidad de que los taxistas den a conocer el negocio y lleven a los pasajeros al restaurante y por cada cliente o grupo el taxista tiene un encebollado pequeño totalmente gratis.

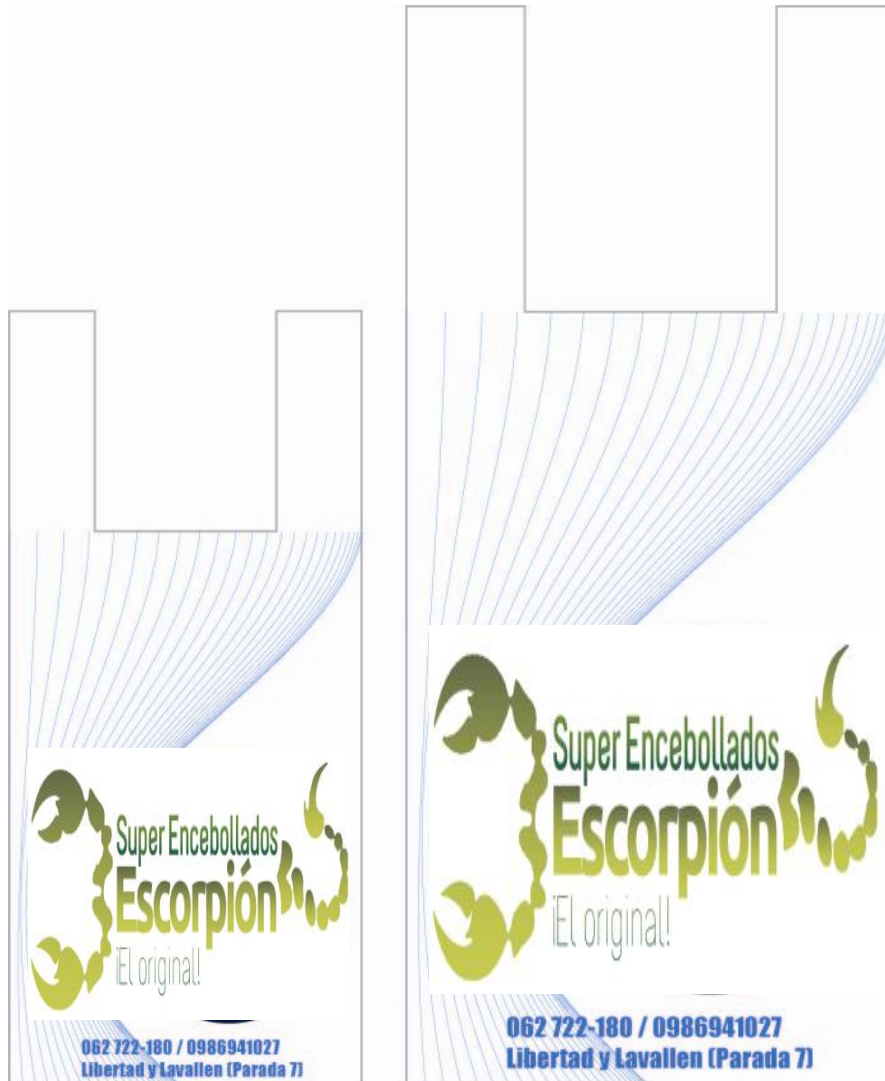
- ✚ **Ofrecer el producto a las empresas del medio:** Este servicio debe brindarse de una forma adecuada y de promoción con la finalidad de que exista un grupo interesado en consumir el producto, así como ofrecerles el servicio a domicilio.

- ✚ **Alianzas con los hoteles:** Acuerdo con algunos hoteles de la ciudad para que los empleados recomienden el negocio, así mismo realizar publicidad de los hoteles en el local como compensación.

Propuesta de tarjeta de presentación



Propuesta de las fundas



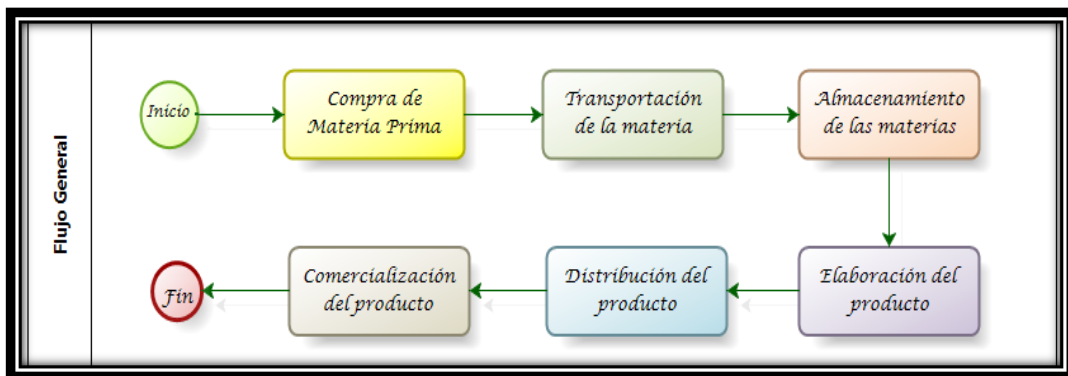
CAPÍTULO III

PROPUESTA DE FLUJOS DE PROCESOS

3.1 Flujos de procesos.

Mediante estos flujos se indican los procedimientos para los distintos procesos que se realizan tanto para la elaboración del producto, como de la logística es decir la distribución, comercialización y la venta del producto.

3.1.1 Flujo general



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. Inicio

Descripción

Para la elaboración del producto la jornada inicia a las 03:00 a.m.

2. Compra de Materia Prima

Descripción

La adquisidor de la materia prima es decir del Pescado se lo realiza con los proveedores en el puerto en la jornada de la madrugada, la yuca y los demás materiales se adquieren en el mercado municipal.

3. Transportación de la materia

Descripción

El pescado y los demás materiales son transportados en una camioneta previamente limpia.

4. Almacenamiento de las materias

Descripción

El pescado será lavado y desviscerado para ser guardado en un cuarto frío y una cierta cantidad en un congelador, la yuca, cebollas, limón y hierbita y demás ingredientes, serán ubicadas en las perchas y anaqueles asignados, para mantener una organización.

5. Elaboración del producto

Descripción

El producto será elaborado higiénicamente manteniendo el proceso de preparación.

6. Distribución del producto

Descripción

La distribución se la realizara según las rutas establecidas, considerando indispensable un análisis previo.

7. Comercialización del producto

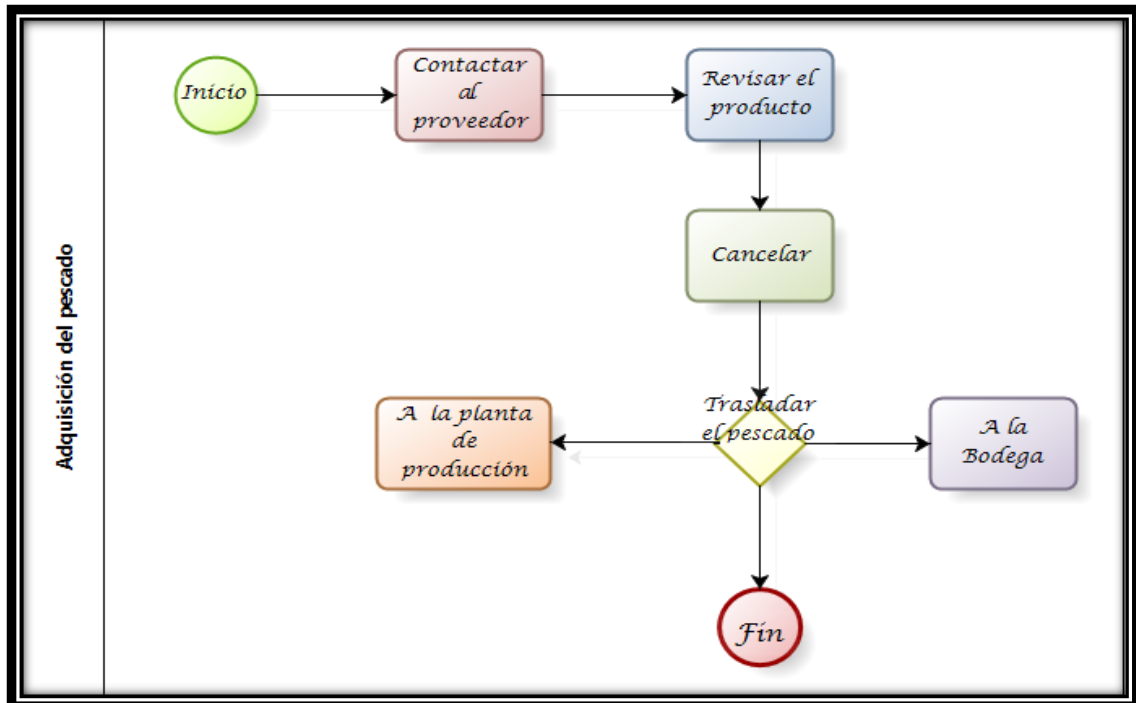
Descripción

El producto será comercializado a los clientes con los más altos estándares de calidad.

8. Fin



3.1.2 Adquisición del Pescado



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. Inicio

2. Contactar al proveedor

Descripción

Lo principal es tener claro quiénes son los proveedores del pescado, para poder indicar la cantidad que se requiere y si puede cumplir en el tiempo que se lo solicite.

3. Revisar el producto

Descripción

Una vez que el proveedor confirme la existencia el Director de Operaciones debe proceder a revisar el estado del pescado para mantener la calidad en el producto final.

4. Cancelar

Descripción

Una vez que el director de operaciones de aprobado el estado del pescado confirma a Gerente del negocio para que se proceda autorizar el pago que el encargo de contabilidad registre y se realice el desembolso en el tiempo determinado por el proveedor.

5. Transportación

Descripción

La transportación se da una vez que se haya cancelado total o parcialmente el pescado y dependiendo del volumen es transportado a la bodega o la planta de producto.

6. A la Bodega

Descripción

Es trasladado a la bodega en el caso que en la planta se encuentre totalmente lleno el congelador, y si la cantidad solicitada es mayor a la capacidad del congelador.

7. A la planta de producción

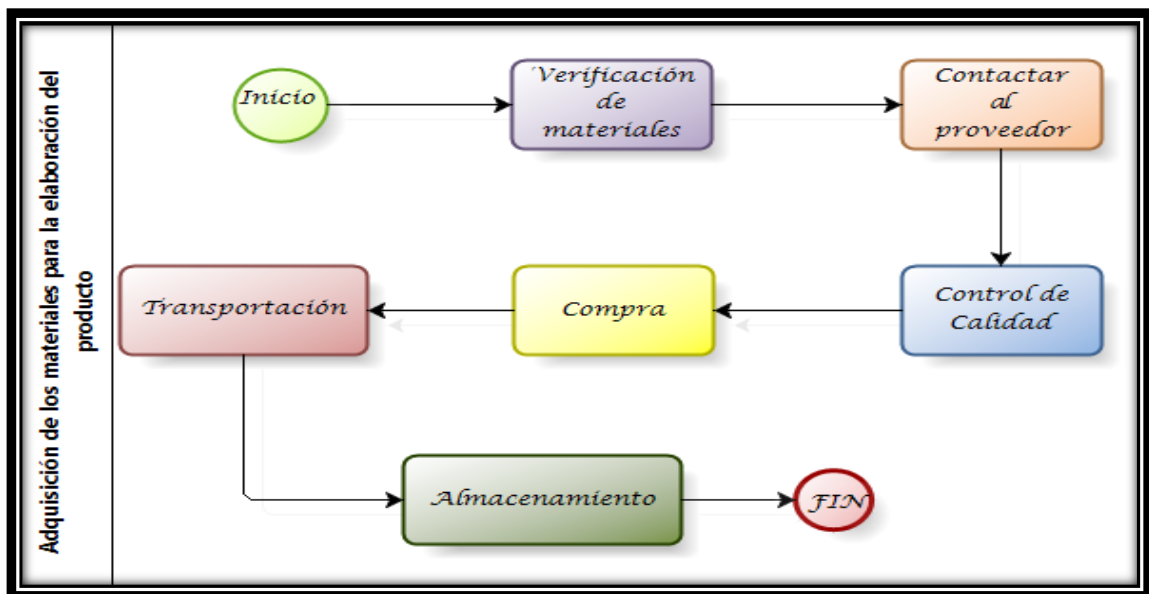
Descripción

Se traslada a la planta cuando existe la capacidad de almacenamiento.

8. FIN



3.1.3 Adquisición de Materiales



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. Inicio

2. Verificación de materiales

Descripción

El director de operación junto con el jefe de producción realiza el listado de los materiales que se encuentren con stock mínimo, con la finalidad de adquirir los insumos que interfieren en la preparación del producto.

3. Contactar al proveedor

Descripción

Una vez que se encuentren detallados todos los materiales a comprar se procede a tener comunicación con el proveedor para conocer, el precio y si tienen disponibles el producto adquirir.

4. Control de Calidad

Descripción

Verifica el estado de los materiales adquirir con la finalidad de mantener los más altos estándares de calidad al momento de preparar el producto, para cumplir con la satisfacción del cliente.

5. Compra

Descripción

Una vez que se realizaron las supervisiones, se procede a la compra de los materiales solicitados, para cancelar se debe proceder a informar al gerente para que autoriza al encargado de contabilidad el pago de los materiales.

6. Transportación

Descripción

Una vez de cancelado los materiales se procede a ser llevados a la planta de producción, manteniendo una adecuada higiene.

7. Almacenamiento

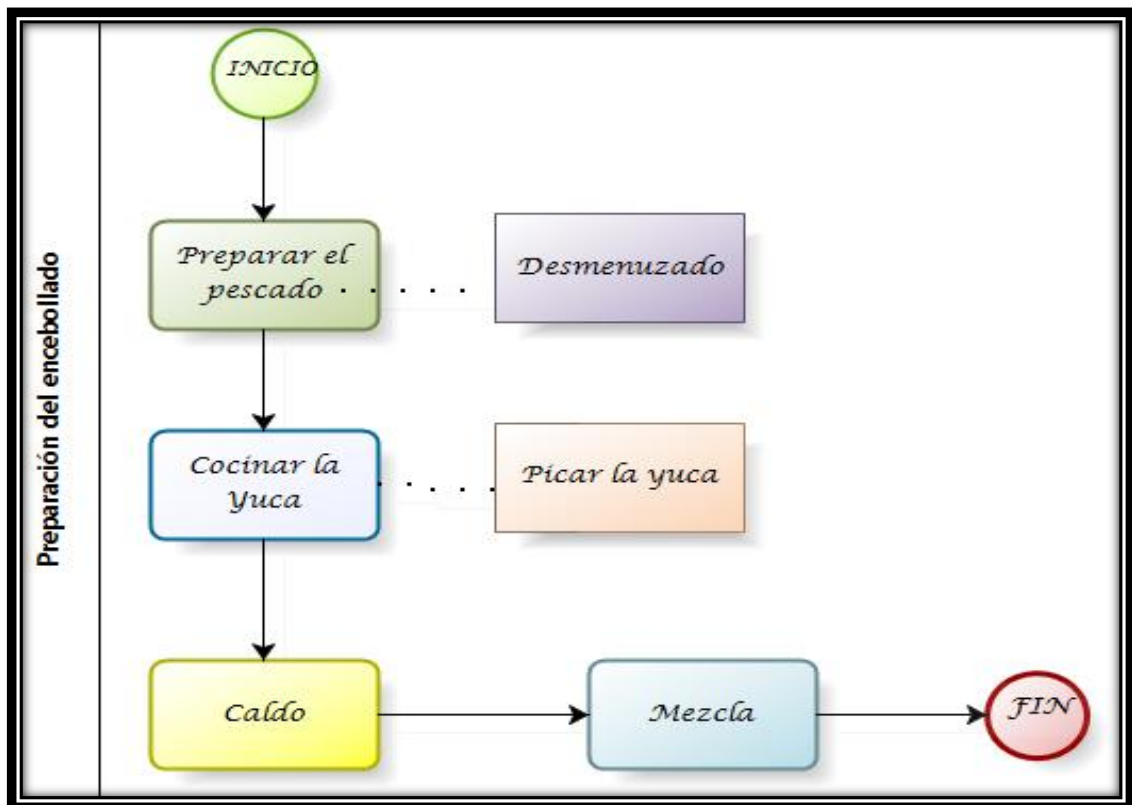
Descripción

Una vez que los materiales llegan a la planta de producción se almacenara en las respectivas perchas, de esta forma se levantara un inventario que permita un manejo adecuado de los materiales.

8. FIN



3.1.4 Preparación del Producto



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. INICIO

2 Preparar el pescado

Descripción

El pescado es desviscerado, para pasar a ser filetiado y por último se procede a la cocción en una olla con agua.

2.1 Desmenuzar

Descripción

Una vez que el pescado está cocinado se desmenuza en capaz que es como se presenta en el plato.

3 Cocinar la Yuca

Descripción

La yuca primero es pelada y cortada por la mitad para sacar el corazón, luego es cocinada con abundante agua.

3.1 Picar

Descripción

La yuca cuando ya está totalmente cocinada se procede a picar en cuadros de un tamaño pequeño para que sea apetecible por todos los consumidores.

4 Caldo

Descripción

Se prepara en olla con agua purificada, se proceden a seleccionar todos los ingredientes y especialmente el aliño, este debe cocinar hasta conseguir la textura y color adecuado.

5 Mezcla

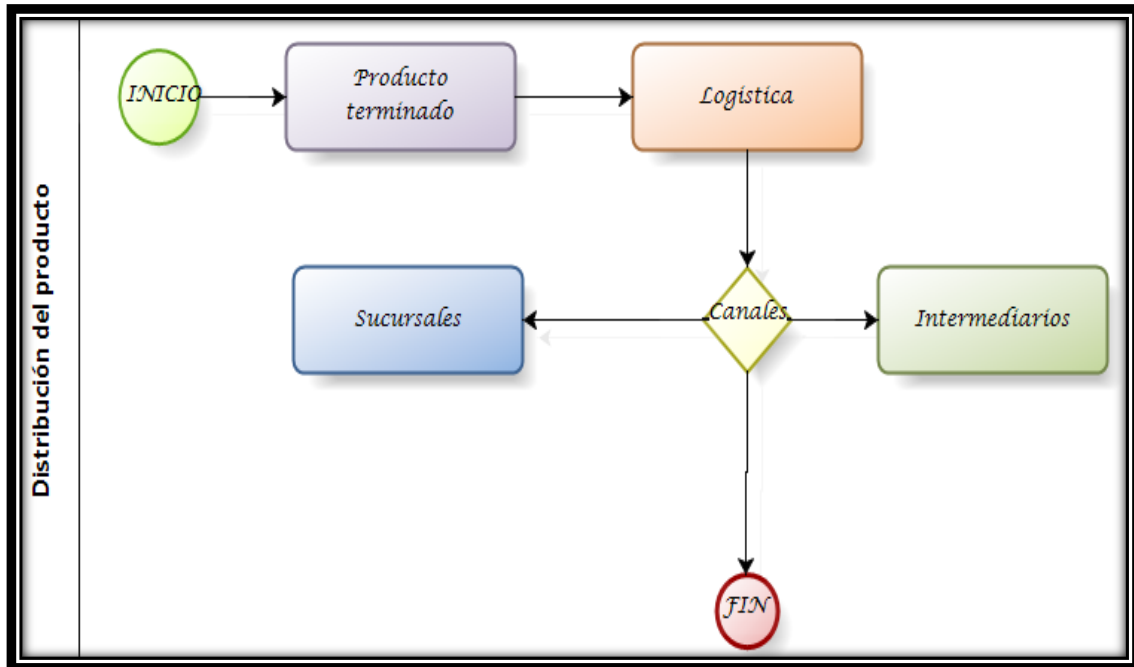
Descripción

Una vez que el pescado y la yuca estén listo se procede a la mezcla del producto el tiempo de producción es de aproximadamente 2 horas.

6 FIN



3.1.5 Flujo de Distribución



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. INICIO

2. Producto terminado

Descripción

Una vez que el producto es supervisado y se encuentre autorizado para ser distribuido es ubicado en la camioneta para su entrega.

3. Logística

Descripción

El jefe de logística un día anterior entrega un pequeño mapa dando indicaciones de las rutas que debe seguir para hacer la entrega del producto sea este a un intermediario o los puntos de ventas del negocio. La persona encargada de transporta el producto debe considerar de que es un producto de mucho cuidado ya que es de consumo.

4. Intermediarios

Descripción

El encargado de la distribución llama al intermediario que solicito el producto y le hace entrega y así mismo le da a conocer que es totalmente prohibido alterar el producto.

5. Canales

Descripción

El encargado de la distribución del producto analiza el pedido que cada intermediario ha realizado para poder realizar la entrega, y así mismo tener en consideración el tiempo que demorara en llegar a las distintas sucursales.

6. Sucursales

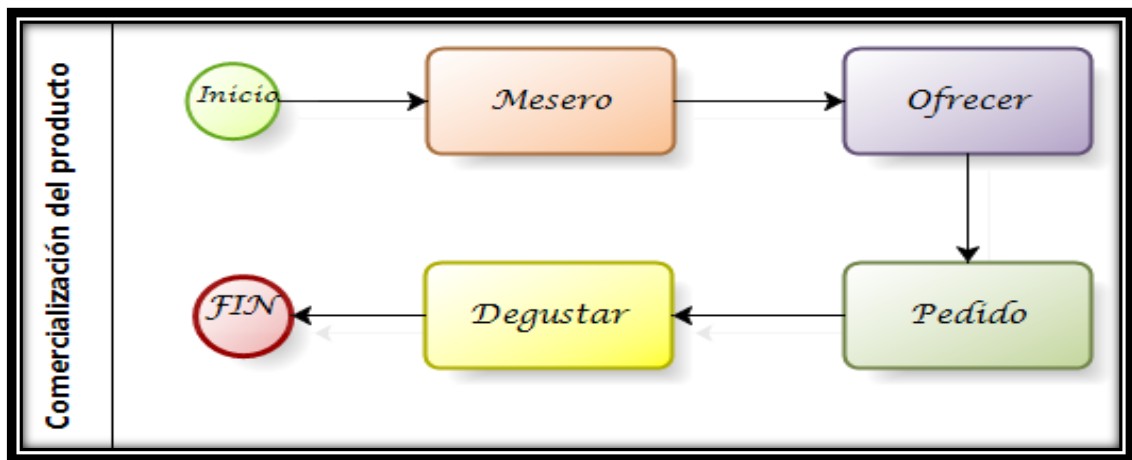
Descripción

Considerando que son 6 sucursales en el perímetro urbano y rural de la ciudad de Esmeraldas, el encargo de logística indica de qué manera se hace la distribución en las sucursales considerando que todos los negocios deben estar abiertos a las 07:00 a.m.

7. FIN



3.1.6 Comercialización del producto



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. Inicio

Descripción

Llegada del cliente al local.

2. Mesero

Descripción

Una vez que el cliente haya elegido un lugar donde sentarse el mesero, debe acercarse cordialmente saludar y estar a disposición de una manera inmediata.

3. Ofrecer

Descripción

El mesero indica al cliente todas las bebidas y productos acompañantes del encebollado que se encuentren en stock.

4. Pedido

Descripción

El mesero receipta el pedido que el cliente solicita para proceder a ser despachado de manera inmediata.

5. Degustar

Descripción

El mesero solicita al encargado del despacho del producto final para ser entregados de un manera eficiente al cliente, manteniendo una adecuada imagen del plato y las bebidas.

6. FIN

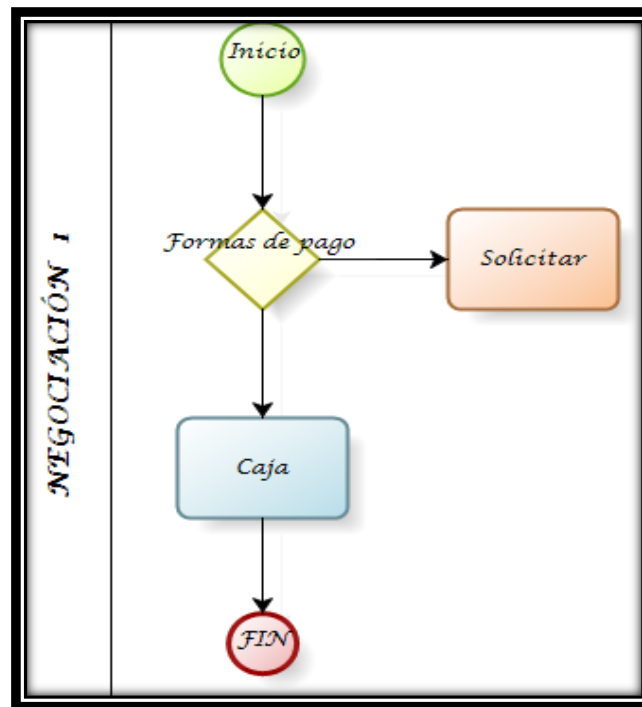
Descripción

El cliente procede a degustar de un sabor maravilloso en un ambiente agradable.



3.1.7 Negociación

3.1.7.1 Negociación del producto modelo 1



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. Inicio

Descripción

El cliente una vez que haya terminado de degustar lo que solcito está listo para efectuar el pago.

2. Formas de pago

Descripción

El cliente tiene dos formas para efectuar el pago en efectivo.

3. Solicitar

Descripción

El cliente puede solicitar al mesero la cuenta y proceder al pago.

4. Caja

Descripción

El cliente puede acercarse directamente a caja a cancelar el consumo.

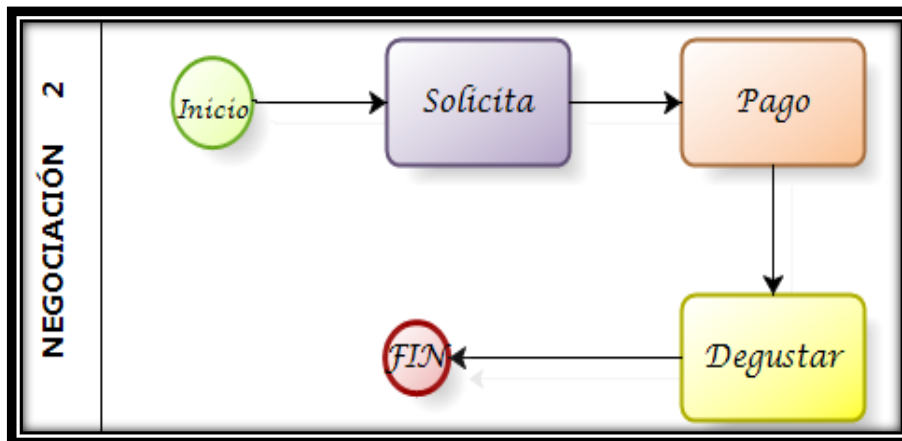
5. FIN

Descripción

El cliente una vez que realice el pago se retira de las instalaciones, tanto el cajero como el mesero en todo momento deben mostrarse cordiales.



3.1.7.2 Negociación 2



Elaboración: Autora

Fuente: Entrevista al propietario

1. Inicio

Descripción

El cliente llega al local

2. Solicita

Descripción

El cliente solicita en caja lo que desea degustar

3. Pago

Descripción

Una vez que realiza el pedido informa que desea cancelar y lo hace.

4. Degustar

Descripción

Es atendido por el mesero el cual solicita el ticket y le sirve lo que ya solicito para poder degustar el producto.

5. FIN

Descripción

El cliente una vez que satisface la necesidad se retira del local.



CAPÍTULO IV

PROPUESTA ECONÓMICA FINANCIERA

Con la finalidad de que se realice toda la reestructuración de Súper Encebollados Escorpión, es importante indicar que el requerimiento esta en base a las necesidades existentes, y tomando en consideración los seis puntos de ventas, la planta de producción y el área administrativa.








Por lo tanto se indica que la inversión total para el mejoramiento del negocio asciende a \$ 78115,95, dentro de este valor se ha considerado el capital de trabajo con la finalidad de que le propietario pueda tener un respaldo tanto de los nuevos sueldos como de la materia prima y de esta forma evadir el riesgo en caso que se presente por tres meses, sin embargo se ha estimado un 10% de imprevistos obteniendo una inversión total de \$ 85.927,55.







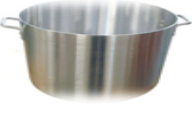




4.1 INVERSIÓN

REQUERIMIENTO DE MUEBLES DE OFICINA					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Escritorio		Unidad	7	78,00	546,00
Silla		Unidad	8	35,00	280,00
Archivador		Unidad	1	202,00	202,00
Coutenr de recepcion		Unidad	1	224,00	224,00
Estanteria de 5 perchas		Unidad	1	110,00	110,00
Modular Flex		Unidad	1	188,92	188,92
Sillon Eurofia		Unidad	1	98,00	98,00
TOTAL					1648,92

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Computadora de escritorio completa, procesador de 1.4 GHZ, memoria RAN 4.GB, incluye impresora multifuncion HP 2515		Unidad	3	789,00	2367
TOTAL					2367

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total
Balanza Digital		Unidad	1	199,36	199,36
Licuada Industrial		Unidad	1	650,00	650,00
Extractor de naranja		Unidad	1	400,00	400,00
Exprimidor de limon		Unidad	1	120,00	120,00
Extractor de olores		Unidad	1	1800,00	1800,00
Rallador de Cebolla		Unidad	1	550,00	550,00
Cedazo Industrial 30 Diametro		Unidad	1	350,00	350,00
Cocina industrial 3 quemadores		Unidad	2	780,00	1560,00
TOTAL					5629,36

REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE LIMPIEZA						
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Mensual)	Total (Anual)
Detergente Deja 2K		Funda	7	3,90	27,30	327,60
Fundas de basura 30 unidades		Paquete	9	1,8	16,2	194,4
Clorox Flores de lavanda de 2000 cm3		Galón	7	3,9	27,3	327,6
Papel Higiénico Scott PH Doble hoja(12 unid)		Paquete	2	3,9	7,8	93,60
Jabón líquido para manos Protex		Frasco	7	3,25	22,75	136,5
Esjonja para lavar platos		Unidad	9	0,49	4,41	52,92
Lustre para lavar ollas		Unidad	9	0,19	1,71	20,52
Pinoklin Tips		Frasco	7	1,59	11,13	133,56
Limpiador para mesa		Botella	6	3,09	18,54	222,48
Lava vajilla Axion Grande		Tarrina	1	2,89	2,89	34,68
Lava vajilla Axion Mediano		Tarrina	7	1,15	8,05	48,30
Escobas		Unidad	8	3,29	26,32	26,32
Trapeador		Unidad	7	2,51	17,57	17,57
Tachos para basura		Unidad	8	7,99	63,92	63,92
Guantes master N-7 1/2 uso múltiple		Par	5	2,59	12,95	38,85
Recogedor de basura c/tubo plastificado		Unidad	7	1,99	13,93	13,93
TOTAL					282,77	1752,75

REQUERIMIENTO DE COSTO DE MENAJE					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Jarra		Unidad	6	1,70	10,20
Chucharon Inca metal		Unidad	3	5	15,00
Chuchara tipo sedaso		Unidad	2	5	10,00
Cucharon de aluminio		Unidad	3	5	15,00
Cuchillos		Unidad	4	3,7	14,80
Toallas		Unidad	10	2	20,00
Ollas Industriales # 50		Unidad	3	110,00	330,00
Tabla picador Brightman Inter Tur		Unidad	1	8	8,00
Cucharas 12 unid.		Docena	10	4,20	42,00
Gas industrial		Pedido	3	25,00	75,00
Balde enlozado		Unidad	4	35,00	140,00
Balde plastico color amarillo		Unidad	15	8,50	127,50
TOTAL					807,50

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE OFICINA					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Aire acondicionado Split 12000 btu		Unidad	1	680	680
Camaras de vigilancia		Unidad	1	5367,46	5367,46
Caja registradora		Unidad	6	548,8	3292,8
TOTAL					9340,26

REQUERIMIENTO DE MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA					
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Mensual)	Total (Anual)
Boligrafos	Unidad	15	0,30	4,50	18,00
Resma de papel A4	Unidad	1	4,00	4,00	24,00
Cartucho para impresora	Paquete	3	28,00	84,00	252,00
Resaltador	Unidad	3	0,80	2,40	4,80
Carpeta de carton	Unidad	20	0,15	3,00	3,00
Carpetas archivadoras	Unidad	4	1,5	6,00	6,00
Caja de grapas	Caja	1	1,85	1,85	3,70
Grapadora	Unidad	2	4,80	9,60	9,60
Perforadora	Unidad	2	2,80	5,60	5,60
Tijera	Unidad	1	0,60	0,60	0,60
Sello de recibido	Unidad	1	1,95	1,95	1,95
Calculadora	Unidad	1	4,80	4,80	4,80
TOTAL				128,30	334,05

REQUERIMIENTO DE GASTO DE VENTA					
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Mensual)	Total (Anual)
Publicidad en Tv - Telemar canal 23	Combo	Trimestral	120,00	120,00	480,00
Rotulos	Unidades	7	25,00	175,00	175,00
Prensa Escrita	Combo	trimestral	70,00	70,00	280,00
Tarjetas de presentacion	Millar		150,00	150,00	150,00
Hojas volantes 100 unidades	Paquete	Diaria	15,00	15,00	90,00
TOTAL				530,00	1175,00

REQUERIMIENTO DE SOFTWARE				
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Programa Contable (Monica 9)	Unidad	1	450,00	450
TOTAL				450

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Consumo estimado	Unidades	Sector	Costo/Unidad	Costo (Mensual)
Energía eléctrica	50	Kilovatio/hora	Comercial	0,09	4,50
Agua potable	50	Metros Cúbicos	Comercial	0,36	18,00
Telefonia	100	Minutos	Comercial	0,12	12,00
TOTAL					34,50

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCION					
Detalle	Consumo estimado	Unidades	Sector	Costo/Unidad	Costo (Mensual)
Energía eléctrica	800	Kilovatio/hora	Comercial	0,09	72,00
Agua potable	90	Metros Cúbicos	Comercial	0,36	32,40
Telefonia	100	Minutos	Comercial	0,12	12,00
TOTAL					116,40

REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Mantenimiento de equipo de computación	Unidad	3	30,00	90,00
TOTAL				90,00

REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTOS DE ROTULOS				
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Mantenimiento de Rotulos	Unidad	7	15,00	105,00
TOTAL				105,00

REQUERIMIENTO DE MANTELERIA				
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Juego de Mantel con Bordados	Unidad	70	24,00	1680,00
TOTAL				1680,00

REQUERIMIENTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO			
Administrativo	N° de personas	Sueldo	Total(Anual)
Gerente	1	1057,03	12684,40
Director Administrativo	1	541,77	6501,20
Director de Operaciones	1	541,77	6501,20
Jefe de Contabilidad	1	477,36	5728,30
Jefe de Talento Humano	1	477,36	5728,30
Jefe de Logística	1	477,36	5728,30
Jefe de Producción	1	477,36	5728,3
TOTAL		4050,00	48600,00

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA						
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Diaria)	Total (Mensual)	Total (Anual)
Pescado	Unidades	55	2,40	132,00	3960,00	47520,00
Yuca	Saco	1	9,50	9,50	285,00	3420,00
Albaca	Unidades	5	0,25	1,25	37,50	450,00
Chillangua	Unidades	5	0,25	1,25	37,50	450,00
Yerbita	Mazo	1	10,00	10,00	300,00	3600,00
Cebolla Colorada	libras	60	0,45	27,00	810,00	9720,00
Cebolla Blanca	Mazo	1	3,00	3,00	90,00	1080,00
Tomate	Libras	4	0,45	1,80	54,00	648,00
Aliño	Frasco	2	2,50	5,00	150,00	1800,00
Sal	Libra	4	0,35	1,40	42,00	504,00
Salsa de Tomate	Galones	3	3,00	9,00	270,00	3240,00
Mostaza	Valde	2	6,40	12,80	384,00	4608,00
Limon	Quintal	1	24,00	24,00	720,00	8640,00
Aceite	Litros	2	1,25	2,50	75,00	900,00
TOTAL				240,50	7215,00	86580,00

REQUERIMIENTO DE COSTO DE UNIFORME			
Detalle	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Uniforme de personal Administrativo	7	25,00	175,00
Uniforme de personal Operativo	13	90,00	1170,00
TOTAL			1345,00

REQUERIMIENTO DE PERSONAL OPERATIVO			
Operativo	Nº de personas	Sueldo	Total(Anual)
Jefe de Cocina	1	657,70	7892,42
Auxiliares de Cocina	2	1207,20	14486,37
Mesero	9	3736,42	44837,04
Cajeras	2	877,43	10529,12
TOTAL		6478,75	77744,95

REQUERIMIENTO DE ARRIENDO			
Detalle	Cantidad	P.U	Total (anual)
Arriendo de local comercial	4	485	5820
TOTAL			5820

GASTOS DE SEGURIDAD			
Detalle	Cantidad	P.U	Total (anual)
Extintor	7	70	490
TOTAL			490

REQUERIMIENTO DE REMODELACIÓN			
Detalle	Cantidad	P.U	Total (anual)
Remodelación de local comercial	1	7500	7500
TOTAL			7500

Inversion Fija		
ACTIVOS FIJOS		\$ 19.435,54
Muebles de oficina	\$ 1.648,92	
Equipos de oficina	\$ 9.340,26	
equipos de computacion	\$ 2.367,00	
maquinaria y equipo	\$ 5.629,36	
Software Contable	\$ 450,00	
Capital de trabajo		\$ 58.680,41
Subtotal		\$ 78.115,95
Imprevistos 10%		\$ 7.811,60
Total de inversion		\$ 85.927,55

CAPITAL DE TRABAJO		
COSTOS	Mensual	Trimestral
Materia Prima	7215,00	21645
Sueldos Produccion	6690,75	20072,237
Servicios Basicos	116,40	349,2
Gastos Administrativos	5330,70	15992,1
Inventario (menaje)	67,29	201,88
Inventario de manteleria	140,00	420,00
TOTAL	19352,85	58680,41

4.2 Financiamiento de la inversión

Considerando que el valor de la inversión es de \$85.927,55, se plantea 2 alternativas en diferentes entidades financieras para que propietario pueda elegir la entidad financiera que el prefiera. Del total de la inversión el 52,37% lo aporta el propietario de Súper Encebollados Escorpión, y el 47,63% con un préstamo a una de estas dos entidades financieras.

Es importante indicar que las tasas de interés que brindan las dos entidades financieras se manejan con las tasas totalmente similares, esto indica que cualquier de esta es conveniente, sin embargo el propietario del negocio objeto de estudio indico sentir preferencia por el Banco Pichincha ya que mantiene una línea abierta de crédito.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL					
DESCRIPCIÓN	VALOR DE APOORTE	% APOORTE	TASAS		COSTO DE CAPITAL
			ACTIVA	PASIVA	
Aporte del Propietario	45.000,00	52,37%		4,28%	2,24%
Banco Pichincha	40.927,55	47,63%	11,20%		5,33%
TOTAL	85.927,55	100,00%			7,58%

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL					
DESCRIPCIÓN	VALOR DE APOORTE	% APOORTE	TASAS		COSTO DE CAPITAL
			ACTIVA	PASIVA	
Aporte del Propietario	45.000,00	52,37%		4,25%	2,23%
Corporacion Financiera Nacional	40.927,55	47,63%	11,15%		5,31%
TOTAL	85.927,55	100,00%			7,54%

4.3 Ventas Proyectadas

Las ventas se han proyectado en base a las ventas histórica, aplicando una formula estadística, la cual permitió obtener la proyección de ventas para los próximos 10 años considerando ese tiene en el estudio financiero.

PERIODO	AÑO	VENTAS (Y) DOLARES
7	2013	225165
8	2014	246800
9	2015	251511
10	2016	287526
11	2017	332991
12	2018	385148
13	2019	246885
14	2020	259960
15	2021	256474
16	2022	258487
17	2023	260112

4.4 Gastos administrativos

Los gastos están conformados según los requerimientos, considerando la parte administrativa, cabe indicar que estos gastos se empezaran a efectuar una vez que se aplique la propuesta el valor anual es de \$63.968,40

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Detalle	Mensual	Anual
Sueldos	2700,00	32400,00
Décimo Tercero	225,00	2700,00
Décimo Cuarto	185,50	2226,00
Aporte Patronal	328,05	3936,60
Fondo de Reserva	225,00	2700,00
Servicios Básicos	34,50	414,00
Materiales de limpieza	146,06	1752,75
Materiales y suministros de oficina	27,84	334,05
Mantenimiento de computador	30,00	360,00
Mantenimiento de Rotulos	8,75	105,00
Arriendo de local comercial	485,00	5820,00
Publicidad	97,92	1175,00
Uniformes de trabajo	112,08	1345,00
Gastos Logísticos	100,00	1200,00
Adecuaciones y Remodelaciones	625,00	7500,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVO	5330,70	63968,40

4.5 Costos de Producción

Los costos de producción se tomaron en consideración a la producción, los sueldos y costos indirectos que se presentan en los requerimientos alcanzo un costo de producción anual de \$173.452,15

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia Prima	Mensual	Anual
Directa	7215,00	86580
Indirecta	432,20	5186,4
Total	7647,20	91766,40
Mano de Obra		
Directa	1864,90	22378,788
Indirecta	0	
Total	1864,90	22378,79
Costos Indirectos de Fabricación		
Servicios basicos	116,40	1396,8
Sueldo Operativo Fijo	4825,85	57910,16
TOTAL	4942,25	59306,96
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	14454,35	173452,15

4.6 Estado de Situación Inicial

En la elaboración del estudio financiero se puede constatar que los activos fijos ascienden a \$19.435,54, y un activo corriente de \$66.492,01 el cual está compuesto por el capital de trabajo, dando un total de \$85.927,55 que es el valor representativo del total de la inversión requerida para el mejoramiento Súper Encebollados Escorpión, el patrimonio es de \$ 45.000,00 los mismo que el propietario va aportar par la inversión obteniendo un total de pasivos \$ 40.927,55 siendo el valor del préstamo para poder dar la implementación del mejoramiento del negocio.

Es necesario indicar que el negocio tiene un inventario existente de \$189.280,65 de los cuales las maquinarias y equipos se van a dar totalmente de baja, y estos serán totalmente renovados con maquinaria industrial , y dando cumplimiento a las normas de calidad, así mismo se indica que los dos vehículos se pueden dar de baja ocasionando una perdida para el negocio y si se proceden a vender sería beneficioso para el propietario ya que tendría un ingreso de dinero, el cual se recomienda se invierta adquiriendo un vehículo el cual ayudara a facilitar los procesos del negocio.

Estado Situación Inicial
Súper Encebollados Escorpión



ACTIVOS		Patrimonio	\$ 45.000,00
ACTIVOS FIJOS	\$ 19.435,54	Capital Social	\$ 45.000,00
Muebles de oficina	\$ 1.648,92	Pasivos	\$ 40.927,55
Equipos de oficina	\$ 9.340,26	Pasivos Corrientes	
equipos de computacion	\$ 2.367,00	Prestamo Bancario a Corto Plazo	\$ 6.468,92
maquinaria y equipo	\$ 5.629,36	Pasivos No Corrientes	
Software Contable	\$ 450,00	Prestamo Bancario a Largo Plazo	\$ 34.458,62
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 66.492,01		
Banco	\$ 66.492,01	Total de Pasivo + Patrimonio	
Total de Activos	\$ 85.927,55		\$ 85.927,55

Nota: Estado elaborado según las NIIF

.....
GERENTE

.....
CONTADOR

4.7 Estado de Resultado

El estado de resultado está elaborado en base a la proyección de ventas, y los costos que interfieren en la producción, así como también todos los gastos que se generan en la elaboración del producto y venta del mismo, obteniendo las utilidades respectivas para proceder a realizar las retenciones legales y obtener la utilidad líquida, se indica que se ha procedido a realizar una proyección a 10 años, de los cuales ciertos gastos no interfieren año debido a que el deterioro es cada dos años.



Estado de resultado

DETALLE	AÑOS										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	total
VENTAS	\$ 246.800,00	\$ 251.511,00	\$ 287.526,00	\$ 332.991,00	\$ 385.148,00	\$ 246.885,00	\$ 259.960,00	\$ 256.474,00	\$ 258.487,00	\$ 260.112,00	\$ 2.785.894,00
COSTO DE PRODUCCION	\$ 173.452,15	\$ 175.360,12	\$ 177.289,08	\$ 179.239,26	\$ 181.210,89	\$ 183.204,21	\$ 185.219,46	\$ 187.256,88	\$ 189.316,70	\$ 191.399,18	\$ 1.822.947,95
Costos Variables	\$ 114.145,19	\$ 115.400,79	\$ 116.670,19	\$ 117.953,57	\$ 119.251,06	\$ 120.562,82	\$ 121.889,01	\$ 123.229,79	\$ 124.585,31	\$ 125.955,75	\$ 1.199.643,47
Costos Fijos	\$ 59.306,96	\$ 59.959,34	\$ 60.618,89	\$ 61.285,70	\$ 61.959,84	\$ 62.641,40	\$ 63.330,45	\$ 64.027,09	\$ 64.731,39	\$ 65.443,43	\$ 623.304,48
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 73.347,85	\$ 76.150,88	\$ 110.236,92	\$ 153.751,74	\$ 203.937,11	\$ 63.680,79	\$ 74.740,54	\$ 69.217,12	\$ 69.170,30	\$ 68.712,82	\$ 962.946,05
GASTOS											
Sueldos	\$ 32.400,00	\$ 32.756,40	\$ 33.116,72	\$ 33.481,00	\$ 33.849,30	\$ 34.221,64	\$ 34.598,08	\$ 34.978,65	\$ 35.363,42	\$ 35.752,42	\$ 340.517,62
Décimo Tercero	\$ 2.700,00	\$ 2.729,70	\$ 2.759,73	\$ 2.790,08	\$ 2.820,77	\$ 2.851,80	\$ 2.883,17	\$ 2.914,89	\$ 2.946,95	\$ 2.979,37	\$ 28.376,47
Décimo Cuarto	\$ 2.226,00	\$ 2.250,49	\$ 2.275,24	\$ 2.300,27	\$ 2.325,57	\$ 2.351,15	\$ 2.377,02	\$ 2.403,16	\$ 2.429,60	\$ 2.456,32	\$ 23.394,82
Aporte Patronal	\$ 3.936,60	\$ 3.979,90	\$ 4.023,68	\$ 4.067,94	\$ 4.112,69	\$ 4.157,93	\$ 4.203,67	\$ 4.249,91	\$ 4.296,66	\$ 4.343,92	\$ 41.372,89
Fondo de Reserva	\$ 2.700,00	\$ 2.729,70	\$ 2.759,73	\$ 2.790,08	\$ 2.820,77	\$ 2.851,80	\$ 2.883,17	\$ 2.914,89	\$ 2.946,95	\$ 2.979,37	\$ 28.376,47
Servicios Básicos	\$ 414,00	\$ 418,55	\$ 423,16	\$ 427,81	\$ 432,52	\$ 437,28	\$ 442,09	\$ 446,95	\$ 451,87	\$ 456,84	\$ 4.351,06
Materiales de limpieza	\$ 1.752,75	\$ 1.772,03	\$ 1.791,52	\$ 1.811,23	\$ 1.831,15	\$ 1.851,30	\$ 1.871,66	\$ 1.892,25	\$ 1.913,06	\$ 1.934,11	\$ 18.421,06
Materiales y suministros de oficina	\$ 334,05	\$ 337,72	\$ 341,44	\$ 345,20	\$ 348,99	\$ 352,83	\$ 356,71	\$ 360,64	\$ 364,60	\$ 368,61	\$ 3.510,80
Mantenimiento de computador	\$ 360,00	\$ 363,96	\$ 367,96	\$ 372,01	\$ 376,10	\$ 380,24	\$ 384,42	\$ 388,65	\$ 392,93	\$ 397,25	\$ 3.783,53
Publicidad	\$ 1.175,00	\$ 1.187,93	\$ 1.200,99	\$ 1.214,20	\$ 1.227,56	\$ 1.241,06	\$ 1.254,71	\$ 1.268,52	\$ 1.282,47	\$ 1.296,58	\$ 12.349,02
Uniformes de trabajo	\$ 1.345,00	\$ 1.359,80	\$ 1.374,75	\$ 1.389,88	\$ 1.405,16	\$ 1.420,62	\$ 1.436,25	\$ 1.452,05	\$ 1.468,02	\$ 1.484,17	\$ 14.135,69
Adecuaciones y Remodelaciones	\$ 7.500,00	\$ 7.582,50	\$ 7.665,91	\$ 7.750,23	\$ 7.835,49	\$ 7.921,68	\$ 8.008,81	\$ 8.096,91	\$ 8.185,98	\$ 8.276,02	\$ 78.823,52
Depreciaciones	\$ 2.450,78	\$ 2.450,78	\$ 2.450,78	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 18.985,30
Mantelería	\$ 1.680,00			\$ 1.698,48			\$ 1.717,16				\$ 5.095,64
Menaje	\$ 807,50		\$ 816,38		\$ 825,36		\$ 834,44		\$ 843,62		\$ 4.127,31
Gastos de Logística	\$ 1.200,00	\$ 1.213,20	\$ 1.226,55	\$ 1.240,04	\$ 1.253,68	\$ 1.267,47	\$ 1.281,41	\$ 1.295,51	\$ 1.309,76	\$ 1.324,16	\$ 12.611,76
Extintor	\$ 490,00										\$ 490,00
TOTAL DE GASTOS	\$ 63.471,68	\$ 61.132,65	\$ 62.594,54	\$ 63.340,31	\$ 63.126,98	\$ 62.968,65	\$ 66.194,63	\$ 64.324,82	\$ 65.857,73	\$ 65.710,99	\$ 638.722,97
utilidad operativa	\$ 9.876,18	\$ 15.018,23	\$ 47.642,38	\$ 90.411,42	\$ 140.810,13	\$ 712,14	\$ 8.545,91	\$ 4.892,31	\$ 3.312,57	\$ 3.001,83	\$ 324.223,09
Gasto de interes	\$ 332,15	\$ 265,90	\$ 191,83	\$ 109,02	\$ 16,46						\$ 915,35
utilidad antes participacion trabajador e	\$ 9.544,03	\$ 14.752,33	\$ 47.450,55	\$ 90.302,40	\$ 140.793,67	\$ 712,14	\$ 8.545,91	\$ 4.892,31	\$ 3.312,57	\$ 3.001,83	\$ 323.307,73
15 de traba	\$ 1.431,60	\$ 2.212,85	\$ 7.117,58	\$ 13.545,36	\$ 21.119,05	\$ 106,82	\$ 1.281,89	\$ 733,85	\$ 496,89	\$ 450,27	\$ 48.496,16
utilidad antes del impuesto	\$ 8.112,42	\$ 12.539,48	\$ 40.332,97	\$ 76.757,04	\$ 119.674,62	\$ 605,31	\$ 7.264,02	\$ 4.158,46	\$ 2.815,68	\$ 2.551,56	\$ 274.811,57
Impuesto a la Renta 22%	\$ 1.784,73	\$ 2.758,69	\$ 8.873,25	\$ 16.886,55	\$ 26.328,42	\$ 133,17	\$ 1.598,08	\$ 914,86	\$ 619,45	\$ 561,34	\$ 60.458,55
utilidad Neta del ejercicio	\$ 6.327,69	\$ 9.780,80	\$ 31.459,72	\$ 59.870,49	\$ 93.346,21	\$ 472,15	\$ 5.665,94	\$ 3.243,60	\$ 2.196,23	\$ 1.990,21	\$ 214.353,03

4.8 Flujo de caja proyectado

Considerando que el flujo de caja es aquel que nos permite conocer los ingresos y egresos del negocio, se puede determinar que durante el periodo de tiempo el flujo de efectivo promedio en el año 2014 será de \$ 8216,66 y en el año 2013 un total de \$3652,07 obteniendo un total en los 10 años que se ha realizado el estudio financiero de \$229783,93, logrando indicar en primera instancia la rentabilidad de realizar las reestructuraciones propuestas.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO												
Detalle	0	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	total
Inversión	-85927,55											
utilidad neta del ejerció		6327,69	9780,80	31459,72	59870,49	93346,21	472,15	5665,94	3243,60	2196,23	1990,21	214353,03
Depreciación		2450,78	2450,78	2450,78	1661,85	1661,85	1661,85	1661,85	1661,85	1661,85	1661,85	18985,30
Abono Capital		561,80	628,06	702,12	784,93	877,50						3554,41
Valor de rescate												0,00
total flujo de efectivo	-85927,5472	8216,66	11603,51	33208,37	60747,42	94130,56	2134,00	7327,79	4905,45	3858,09	3652,07	229783,93

4.9 Punto de Equilibrio

Se ha procedido a realizar el cálculo del punto de equilibrio para conocer cuántos platos debe vender diariamente para poder realizar la inversión y asumir los gastos, por ello se indica las ventas anuales, mensuales y diarias así como los platos que se deben vender.

DATOS	AÑOS										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
COSTOS FIJOS	59306,96	59959,33656	60618,88926	61285,69704	61959,83971	62641,39795	63330,45333	64027,08831	64731,38628	65443,43153	365772,12
GASTOS FIJOS	63471,6751	61132,6525	62594,53565	63340,31321	63126,97569	62968,65033	66194,63007	64324,81797	65857,73113	65710,9854	376634,80
INTERES	332,15	265,90	191,83	109,02	16,46	0	0	0	0	0	915,35
TOTAL= COSTO FIJO	123110,7848	121357,8844	123405,2523	124735,0347	125103,2718	125610,0483	129525,0834	128351,9063	130589,1174	131154,4169	743322,28
COSTOS VARIABLES	114145,19	115400,79	116670,19	117953,57	119251,06	120562,82	121889,01	123229,79	124585,31	125955,75	703983,60
VENTAS	246800	251511	287526	332991	385148	246885	259960	256474	258487	260112	1750861,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 229.043,65	\$ 224.250,93	\$ 207.673,47	\$ 193.155,41	\$ 181.210,34	\$ 245.493,20	\$ 243.869,77	\$ 247.057,08	\$ 252.092,34	\$ 254.291,83	\$ 2.278.138,02

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑOS										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	TOTAL
Anual	\$ 229.043,65	\$ 224.250,93	\$ 207.673,47	\$ 193.155,41	\$ 181.210,34	\$ 245.493,20	\$ 243.869,77	\$ 247.057,08	\$ 252.092,34	\$ 254.291,83	\$ 1.280.827,00
Mensual	\$ 19.086,97	\$ 18.687,58	\$ 17.306,12	\$ 16.096,28	\$ 15.100,86	\$ 20.457,77	\$ 20.322,48	\$ 20.588,09	\$ 21.007,69	\$ 21.190,99	\$ 106.735,58
Diario	\$ 636,23	\$ 622,92	\$ 576,87	\$ 536,54	\$ 503,36	\$ 681,93	\$ 677,42	\$ 686,27	\$ 700,26	\$ 706,37	\$ 3.557,85
Unidades Diarias	318,12	311,46	288,44	268,27	251,68	340,96	338,71	343,13	350,13	353,18	1.778,93

4.10 Análisis de sensibilidad

Para realizar el análisis se considera la información que refleja en el flujo de caja a lo largo de los 10 años del proyecto, se ha considerado determinar la rentabilidad del proyecto a través de dos escenarios, el uno utilizando una tasa menor del 7.58% que es el costo de capital de toda la inversión \$85.927,85, como también los valores actuales que reflejan \$ 167.274,51, obtenido los siguientes resultados.

Escenario 1

INDICADORES ECONÓMICOS FINANCIEROS	
VALOR ACTUAL	167.274,51
INVERSIÓN	- 85.927,85,
VAN	\$ 81.346,96
TIR	27%
B/C	1,95
PIR	En 4 años

Escenario 2

Se considera una tasa de incertidumbre del 10% generando una tasa mayor del 17,58% para determina los resultados, se considera la inversión \$ 85.927,85, como también los valores actuales \$ 115.608,87, como lo refleja el cuadro

INDICADORES ECONÓMICOS FINANCIEROS	
VALOR ACTUAL	115.608,87,
INVERSIÓN	- 85.927,85
VAN	\$ 29.681,33
TIR	27%
B/C	1,35
PIR	En 4 años

ANALISIS DEL ESTUDIO DE SENSIBILIDAD

Al interpretar la información descrita en el estudio de sensibilidad se puede observar que Súper Encebollado Escorpión al reestructura el negocio y mejorar su imagen microempresaria se ha plantea una propuesta económica financiera considerando las ventas, costos y gastos que genera el negocio.

Cabe indicar que al hacer la inversión considerando una tasa menor del 7,58% esta tendrá un rendimiento del 27% (TIR) y la recuperación en un periodo aproximado de 4 años (PRI), con un Valor Actual Neta (VAN) de 167.274,51 como la utilidad que genera el proyecto a lo largo de los diez años y un costo beneficio que significa que por cada dólar que se invierte el propietario tendrá 1,95 (B/C) disponible para cubrir sus deudas a corto plazo.

Al aplicar la inversión con una tasa mayor del 17,58% esta tendrá el mismo rendimiento que la anterior 27% (TIR) y un periodo de recuperación igual, porque se consideran los mismos flujos actuales, pero un VAN menor de \$29.681,33, un costo beneficio que indica que por cada dólar que invierta el propietario en este proyecto tiene disponible 1,35 (B/C) para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

En relación al punto de equilibrio súper encebollados escorpión para no perder ni ganar deberá vender diariamente entre todos los puntos de ventas (6) 318 platos, que refleja monetariamente \$ 636,00 diarios.

El análisis de impacto económico determina un impacto alto positivo 2,67 (3) generando este fuente de empleo, asegurando el incremento en las ventas gracias al mejoramiento de la imagen y por ende mayor utilidad.

Por lo tanto al considerar la propuesta de mejoramiento el propietario deberá considerar la información reflejada en los estudios realizados, en especial el estudio económico financiero demuestra que el proyecto es viable realizarlo porque se obtendrá una rentabilidad a lo largo de la vida del nuevo negocio.



ANEXOS



Anexo # 1 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1 Posicionamiento en el mercado local.</p> <p>2 Varios puntos de ventas a nivel parroquial.</p> <p>3 Trabajo en equipo.</p> <p>4 Servicio de calidad reconocido por la sociedad esmeraldeña.</p> <p>5 Clientes satisfechos con el servicio que reciben.</p> <p>6 Precio acorde con la calidad del servicio.</p>	<p>1 Local propio.</p> <p>2 Publicidad</p> <p>3 Innovación de infraestructura física y tecnológica.</p> <p>4 Capacitación del recurso humano</p> <p>5 Estructura Organizativa - Contable</p> <p>6. Servicio atención al cliente</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>1 Alianzas estrategias con empresas.</p> <p>2 Apoyo de empresas (ley de Encomia Popular y Solidaria)</p> <p>3 Créditos de Instituciones financieras</p> <p>4 Servicios inadecuados de la competencia</p>	<p>1 Bajos precios por parte de la competencia.</p> <p>2 Políticas económicas Estatales</p> <p>3 Preferencias y gustos por productos sustitutos.</p> <p>4 Ubicación estratégica de la competencia</p> <p>5 Inseguridad del entorno.</p>

Anexo # 2

Contrato de trabajo

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte.....,a través de su representante legal, (En caso de personas jurídicas); en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor _____portador de la cédula de ciudadanía # _____su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO INDEFINIDO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

PRIMERA.-ANTECEDENTES.-

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de.....
(Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, Secretaria), revisados los antecedentes del (de la) señor(a) (ita).....,éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR (A) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

SEGUNDA.-OBJETO.

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de((Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, Secretaria)con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su

conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

TERCERA.-JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por El EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el EMPLEADO labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR.

(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a Viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

CUARTA.-REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$oo).El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

QUINTA.-DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tiene un plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA.-LUGAR DE TRABAJO.-

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en (Nota explicativa: Dirección), en la ciudad de..... (Nota explicativa: Ejemplo: Quito, provincia de..... (Nota explicativa: Ejemplo: Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.-Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

OCTAVA.-LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.-JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

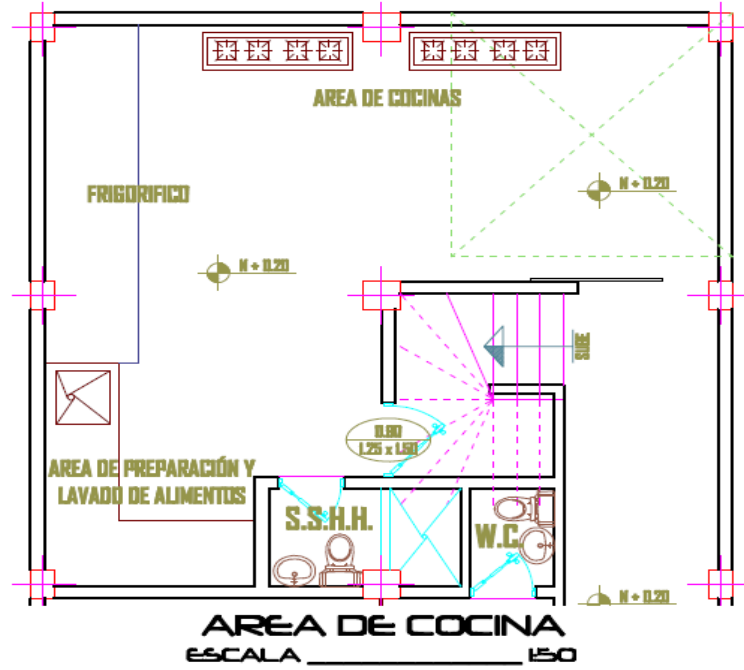
DÉCIMA.-SUSCRIPCIÓN.-

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... El día ____ del mes de ____ del año _____

EL EMPLEADOR EL TRABAJADOR (a)

C.C.

Anexo # 3
Planta de Producción




Anexo # 4


Inventario del negocio

INVENTARIO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
Nombre/ Razón Social	<i>Súper Encebollados Escorpión</i>			
Dirección	Y de Vuelta Larga	Elaborado por: Macias Arteaga Mayra Lisseth Fecha: 30 septiembre 2013		
Teléfono	062-765-889			
DESCRIPCIÓN	MODELO	CANTIDAD	VALOR ACTUAL UNITARIO	VALOR ACTUAL
Cocina	tres hornillas	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Congelador	cofre	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Licuada	Oster	2	\$ 90,00	\$ 180,00
Exprimidor de limon	Domestico	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Cedazo plastico		2	\$ 1,50	\$ 3,00
Rayador de cebolla	Domestico	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Picador	Madera	2	\$ 1,50	\$ 3,00
			\$ 1.727,50	\$ 1.825,00

INVENTARIO DE MUEBLES DE OFICINA				
Nombre/ Razón Social	<i>Súper Encebollados Escorpión</i>			
Dirección	Y de Vuelta Larga	Elaborado por: Macias Arteaga Mayra Lisseth Fecha: 30 septiembre 2013		
Teléfono	062-765-889			
DESCRIPCIÓN	MODELO	CANTIDAD	VALOR ACTUAL ESTIMADO UNITARIO	VALOR ACTUAL
Escritorio	primiun	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Silla Giratoria	ejecutiva	1	\$ 115,00	\$ 115,00
Mesas cuadradas	plastica	35	\$ 1.120,00	\$ 39.200,00
Sillas plastica	Imperial	82	\$ 984,00	\$ 80.688,00
Taburete	Plastico	48	\$ 288,00	\$ 13.824,00
			\$ 2.727,00	\$ 134.047,00

INVENTARIO DE MENAJE				
Nombre/ Razón Social		<i>Súper Encebollados Escorpión</i>		
Dirección	Y de Vuelta Larga	Elaborado por: Macias Arteaga Mayra Lisseth		
Teléfono	062-765-889	Fecha: 30 septiembre 2013		
DESCRIPCIÓN	MODELO	CANTIDAD	VALOR ACTUAL ESTIMADO UNITARIO	VALOR ACTUAL
Jarras para jugos	plasticas	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Chucharon metal	Inca	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Chuchara	sedaso	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Cucharon	aluminio	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Cuchillos		3	\$ 3,70	\$ 11,10
Cucharas Docenas		6	\$ 4,20	\$ 25,20
Balde	Enlozado	6	\$ 35,00	\$ 210,00
Balde	Plastico	8	\$ 8,50	\$ 68,00
Gas		4	\$ 2,50	\$ 10,00
			\$ 72,90	\$ 357,30

INVENTARIO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Nombre/ Razón Social		<i>Súper Encebollados Escorpión</i>		
Dirección	Y de Vuelta Larga	Elaborado por: Macias Arteaga Mayra Lisseth		
Teléfono	062-765-889	Fecha: 30 septiembre 2013		
DESCRIPCIÓN	MODELO	CANTIDAD	VALOR ACTUAL ESTIMADO UNITARIO	VALOR ACTUAL
Tarrina 50 unid.		10	\$ 3,25	\$ 32,50
Sorbetes 50 unid.		4	\$ 0,65	\$ 2,60
Fundas plásticas 50 unid.		5	\$ 0,70	\$ 3,50
Servilleta 10	Familia	3	\$ 2,25	\$ 6,75
Vasos 50 unid.		8	\$ 0,75	\$ 6,00
			\$ 7,60	\$ 51,35

INVENTARIO DE VEHICULO				
Nombre/ Razón Social		<i>Súper Encebollados Escorpión</i>		
Dirección	Y de Vuelta Larga	Elaborado por: Macias Arteaga Mayra Lisseth		
Teléfono	062-765-889	Fecha: 30 septiembre 2013		
DESCRIPCIÓN	MODELO	CANTIDAD	VALOR ACTUAL ESTIMADO UNITARIO	VALOR ACTUAL
Camioneta	toyota Hilux 2014	1	\$ 53.000,00	\$ 53.000,00
Camioneta	Mitsubshi 1996	1	\$ 7.500,00	\$ -
Camioneta	Nissan - Dassun 1989	1	\$ 3.500,00	\$ -
			\$ 64.000,00	\$ 53.000,00

Anexo # 5















REQUERIMIENTOS







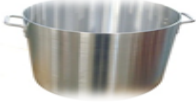





REQUERIMIENTO DE MUEBLES DE OFICINA					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Escritorio		Unidad	7	78,00	546,00
Silla		Unidad	8	35,00	280,00
Archivador		Unidad	1	202,00	202,00
Coutenr de recepcion		Unidad	1	224,00	224,00
Estanteria de 5 perchas		Unidad	1	110,00	110,00
Modular Flex		Unidad	1	188,92	188,92
Sillon Eurofia		Unidad	1	98,00	98,00
TOTAL					1648,92

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Computadora de escritorio completa, procesador de 1.4 GHZ, memoria RAN 4.GB, incluye impresora multifuncion HP 2515		Unidad	3	789,00	2367
TOTAL					2367

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total
Balanza Digital		Unidad	1	199,36	199,36
Licadora Industrial		Unidad	1	650,00	650,00
Extractor de naranja		Unidad	1	400,00	400,00
Exprimidor de limon		Unidad	1	120,00	120,00
Extractor de olores		Unidad	1	1800,00	1800,00
Rallador de Cebolla		Unidad	1	550,00	550,00
Cedazo Industrial 30 Diametro		Unidad	1	350,00	350,00
Cocina industrial 3 quemadores		Unidad	2	780,00	1560,00
TOTAL					5629,36

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE OFICINA					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Aire acondicionado Split 12000 btu		Unidad	1	680	680
Camaras de vigilancia		Unidad	1	5367,46	5367,46
Caja registradora		Unidad	6	548,8	3292,8
TOTAL					9340,26

REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE LIMPIEZA						
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Mensual)	Total (Anual)
Detergente Deja 2K		Funda	7	3,90	27,30	327,60
Fundas de basura 30 unidades		Paquete	9	1,8	16,2	194,4
Clorox Flores de lavanda de 2000 cm3		Galón	7	3,9	27,3	327,6
Papel Higiénico Scott PH Doble hoja(12 unid)		Paquete	2	3,9	7,8	93,60
Jabón líquido para manos Protex		Frasco	7	3,25	22,75	136,5
Esponja para lavar platos		Unidad	9	0,49	4,41	52,92
Lustre para lavar ollas		Unidad	9	0,19	1,71	20,52
Pinoklin Tips		Frasco	7	1,59	11,13	133,56
Limpiador para mesa		Botella	6	3,09	18,54	222,48
Lava vajilla Axion Grande		Tarima	1	2,89	2,89	34,68
Lava vajilla Axion Mediano		Tarima	7	1,15	8,05	48,30
Escobas		Unidad	8	3,29	26,32	26,32
Trapeador		Unidad	7	2,51	17,57	17,57
Tachos para basura		Unidad	8	7,99	63,92	63,92
Guantes master N-7 1/2 uso múltiple		Par	5	2,59	12,95	38,85
Recogedor de basura c/tubo plastificado		Unidad	7	1,99	13,93	13,93
TOTAL					282,77	1752,75

REQUERIMIENTO DE COSTO DE MENAJE					
Detalle		Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Jarra		Unidad	6	1,70	10,20
Chucharon Inca metal		Unidad	3	5	15,00
Chuchara tipo sedaso		Unidad	2	5	10,00
Cucharon de aluminio		Unidad	3	5	15,00
Cuchillos		Unidad	4	3,7	14,80
Toallas		Unidad	10	2	20,00
Ollas Industriales # 50		Unidad	3	110,00	330,00
Tabla picador Brightman Inter Tur		Unidad	1	8	8,00
Cucharas 12 unid.		Docena	10	4,20	42,00
Gas industrial		Pedido	3	25,00	75,00
Balde enlozado		Unidad	4	35,00	140,00
Balde plastico color amarillo		Unidad	15	8,50	127,50
TOTAL					807,50

REQUERIMIENTO DE MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA					
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Mensual)	Total (Anual)
Bolígrafos	Unidad	15	0,30	4,50	18,00
Resma de papel A4	Unidad	1	4,00	4,00	24,00
Cartucho para impresora	Paquete	3	28,00	84,00	252,00
Resaltador	Unidad	3	0,80	2,40	4,80
Carpeta de carton	Unidad	20	0,15	3,00	3,00
Carpetas archivadoras	Unidad	4	1,5	6,00	6,00
Caja de grapas	Caja	1	1,85	1,85	3,70
Grapadora	Unidad	2	4,80	9,60	9,60
Perforadora	Unidad	2	2,80	5,60	5,60
Tijera	Unidad	1	0,60	0,60	0,60
Sello de recibido	Unidad	1	1,95	1,95	1,95
Calculadora	Unidad	1	4,80	4,80	4,80
TOTAL				128,30	334,05

REQUERIMIENTO DE GASTO DE VENTA					
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Mensual)	Total (Anual)
Publicidad en Tv - Telemar canal 23	Combo	Trimestral	120,00	120,00	480,00
Rotulos	Unidades	7	25,00	175,00	175,00
Prensa Escrita	Combo	trimestral	70,00	70,00	280,00
Tarjetas de presentacion	Millar		150,00	150,00	150,00
Hojas volantes 100 unidades	Paquete	Diaria	15,00	15,00	90,00
TOTAL				530,00	1175,00

REQUERIMIENTO DE COSTO DE UNIFORME			
Detalle	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Uniforme de personal Administrativo	7	25,00	175,00
Uniforme de personal Operativo	13	90,00	1170,00
TOTAL			1345,00

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCION					
Detalle	Consumo estimado	Unidades	Sector	Costo/Unidad	Costo (Mensual)
Energía eléctrica	800	Kilovatio/hora	Comercial	0,09	72,00
Agua potable	90	Metros Cúbicos	Comercial	0,36	32,40
Telefonía	100	Minutos	Comercial	0,12	12,00
TOTAL					116,40

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Consumo estimado	Unidades	Sector	Costo/Unidad	Costo (Mensual)
Energía eléctrica	50	Kilovatio/hora	Comercial	0,09	4,50
Agua potable	50	Metros Cúbicos	Comercial	0,36	18,00
Telefonía	100	Minutos	Comercial	0,12	12,00
TOTAL					34,50

REQUERIMIENTO DE SOFTWARE				
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Programa Contable (Monica 9)	Unidad	1	450,00	450
TOTAL				450

REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Mantenimiento de equipo de computación	Unidad	3	30,00	90,00
TOTAL				90,00

REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTOS DE ROTULOS				
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Mantenimiento de Rotulos	Unidad	7	15,00	105,00
TOTAL				105,00

REQUERIMIENTO DE MANTELERIA				
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Anual)
Juego de Mantel con Bordados	Unidad	70	24,00	1680,00
TOTAL				1680,00

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA						
Detalle	Unidades	Cantidad	P.U	Total (Diaria)	Total (Mensual)	Total (Anual)
Pescado	Unidades	55	2,40	132,00	3960,00	47520,00
Yuca	Saco	1	9,50	9,50	285,00	3420,00
Albaca	Unidades	5	0,25	1,25	37,50	450,00
Chillangua	Unidades	5	0,25	1,25	37,50	450,00
Yerbita	Mazo	1	10,00	10,00	300,00	3600,00
Cebolla Colorada	libras	60	0,45	27,00	810,00	9720,00
Cebolla Blanca	Mazo	1	3,00	3,00	90,00	1080,00
Tomate	Libras	4	0,45	1,80	54,00	648,00
Aliño	Frasco	2	2,50	5,00	150,00	1800,00
Sal	Libra	4	0,35	1,40	42,00	504,00
Salsa de Tomate	Galones	3	3,00	9,00	270,00	3240,00
Mostaza	Valde	2	6,40	12,80	384,00	4608,00
Limon	Quintal	1	24,00	24,00	720,00	8640,00
Aceite	Litros	2	1,25	2,50	75,00	900,00
TOTAL				240,50	7215,00	86580,00

REQUERIMIENTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO			
Administrativo	N° de personas	Sueldo	Total(Anual)
Gerente	1	1057,03	12684,40
Director Administrativo	1	541,77	6501,20
Director de Operaciones	1	541,77	6501,20
Jefe de Contabilidad	1	477,36	5728,30
Jefe de Talento Humano	1	477,36	5728,30
Jefe de Logística	1	477,36	5728,30
Jefe de Producción	1	477,36	5728,3
TOTAL		4050,00	48600,00

REQUERIMIENTO DE PERSONAL OPERATIVO			
Operativo	N° de personas	Sueldo	Total(Anual)
Jefe de Cocina	1	657,70	7892,42
Auxiliares de Cocina	2	1207,20	14486,37
Mesero	9	3736,42	44837,04
Cajeras	2	877,43	10529,12
TOTAL		6478,75	77744,95

REQUERIMIENTO DE ARRIENDO			
Detalle	Cantidad	P.U	Total (anual)
Arriendo de local comercial	4	485	5820
TOTAL			5820

GASTOS DE SEGURIDAD			
Detalle	Cantidad	P.U	Total (anual)
Extintor	7	70	490
TOTAL			490

REQUERIMIENTO DE REMODELACIÓN			
Detalle	Cantidad	P.U	Total (anual)
Remodelación de local comercial	1	7500	7500
TOTAL			7500

Anexo # 6

Tabla de amortización

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	40.927,55	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL	11,20%	PERIODOS	60	
PLAZO	5	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	0,83%	PAGO PERIODICO	893,95	
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				40.927,55
1	893,95	381,99	511,96	40.415,59
2	893,95	377,21	516,74	39.898,85
3	893,95	372,39	521,56	39.377,28
4	893,95	367,52	526,43	38.850,85
5	893,95	362,61	531,34	38.319,51
6	893,95	357,65	536,30	37.783,21
7	893,95	352,64	541,31	37.241,90
8	893,95	347,59	546,36	36.695,54
9	893,95	342,49	551,46	36.144,08
10	893,95	337,34	556,61	35.587,47
11	893,95	332,15	561,80	35.025,67
12	893,95	326,91	567,05	34.458,62
TOTAL	10.727,42	4.258,50	6.468,92	
13	893,95	321,61	572,34	33.886,29
14	893,95	316,27	577,68	33.308,61
15	893,95	310,88	583,07	32.725,53
16	893,95	305,44	588,51	32.137,02
17	893,95	299,95	594,01	31.543,02
18	893,95	294,40	599,55	30.943,47
19	893,95	288,81	605,15	30.338,32
20	893,95	283,16	610,79	29.727,53
21	893,95	277,46	616,49	29.111,03
22	893,95	271,70	622,25	28.488,78
23	893,95	265,90	628,06	27.860,73
24	893,95	260,03	633,92	27.226,81
TOTAL	10.727,42	3.495,60	7.231,82	
25	893,95	254,12	639,83	26.586,97
26	893,95	248,15	645,81	25.941,17
27	893,95	242,12	651,83	25.289,33
28	893,95	236,03	657,92	24.631,41
29	893,95	229,89	664,06	23.967,36
30	893,95	223,70	670,26	23.297,10
31	893,95	217,44	676,51	22.620,59
32	893,95	211,13	682,83	21.937,76
33	893,95	204,75	689,20	21.248,56
34	893,95	198,32	695,63	20.552,93
35	893,95	191,83	702,12	19.850,81
36	893,95	185,27	708,68	19.142,13
TOTAL	10.727,42	2.642,74	8.084,68	

37	893,95	178,66	715,29	18.426,84
38	893,95	171,98	721,97	17.704,87
39	893,95	165,25	728,71	16.976,16
40	893,95	158,44	735,51	16.240,65
41	893,95	151,58	742,37	15.498,28
42	893,95	144,65	749,30	14.748,98
43	893,95	137,66	756,29	13.992,69
44	893,95	130,60	763,35	13.229,33
45	893,95	123,47	770,48	12.458,86
46	893,95	116,28	777,67	11.681,19
47	893,95	109,02	784,93	10.896,26
48	893,95	101,70	792,25	10.104,01
TOTAL	10.727,42	1.689,30	9.038,12	
49	893,95	94,30	799,65	9.304,36
50	893,95	86,84	807,11	8.497,25
51	893,95	79,31	814,64	7.682,60
52	893,95	71,70	822,25	6.860,36
53	893,95	64,03	829,92	6.030,43
54	893,95	56,28	837,67	5.192,77
55	893,95	48,47	845,49	4.347,28
56	893,95	40,57	853,38	3.493,90
57	893,95	32,61	861,34	2.632,56
58	893,95	24,57	869,38	1.763,18
59	893,95	16,46	877,50	885,69
60	893,95	8,27	885,69	0,00
TOTAL	10.727,42	623,41	10.104,01	
	53.637,10	12.709,55	40.927,55	

Anexo # 7

Estado de Situación Inicial

Estado Situación Inicial
Súper Encebollados Escorpión



ACTIVOS		Patrimonio		\$ 45.000,00
ACTIVOS FIJOS				
	\$ 19.435,54	Capital Social	\$ 45.000,00	
Muebles de oficina	\$ 1.648,92			
Equipos de oficina	\$ 9.340,26	Pasivos		\$ 40.927,55
equipos de computacion	\$ 2.367,00	Pasivos Corrientes		
maquinaria y equipo	\$ 5.629,36	Prestamo Bancario a Corto Plazo	\$ 6.468,92	
Software Contable	\$ 450,00	Pasivos No Corrientes		
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 66.492,01	Prestamo Bancario a Largo Plazo	\$ 34.458,62	
Banco	\$ 66.492,01			
		Total de Pasivo + Patrimonio		
Total de Activos	\$ 85.927,55			\$ 85.927,55

Contador

Gerente

Anexo # 8

Estado de Resultado

DETALLE	AÑOS										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	total
VENTAS	\$ 246.800,00	\$ 251.511,00	\$ 287.526,00	\$ 332.991,00	\$ 385.148,00	\$ 246.885,00	\$ 259.960,00	\$ 256.474,00	\$ 258.487,00	\$ 260.112,00	\$ 2.785.894,00
COSTO DE PRODUCCION	\$ 173.452,15	\$ 175.360,12	\$ 177.289,08	\$ 179.239,26	\$ 181.210,89	\$ 183.204,21	\$ 185.219,46	\$ 187.256,88	\$ 189.316,70	\$ 191.399,18	\$ 1.822.947,95
Costos Variables	\$ 114.145,19	\$ 115.400,79	\$ 116.670,19	\$ 117.953,57	\$ 119.251,06	\$ 120.562,82	\$ 121.889,01	\$ 123.229,79	\$ 124.585,31	\$ 125.955,75	\$ 1.199.643,47
Costos Fijos	\$ 59.306,96	\$ 59.959,34	\$ 60.618,89	\$ 61.285,70	\$ 61.959,84	\$ 62.641,40	\$ 63.330,45	\$ 64.027,09	\$ 64.731,39	\$ 65.443,43	\$ 623.304,48
UTILIDAD BRUTA EN VENT	\$ 73.347,85	\$ 76.150,88	\$ 110.236,92	\$ 153.751,74	\$ 203.937,11	\$ 63.680,79	\$ 74.740,54	\$ 69.217,12	\$ 69.170,30	\$ 68.712,82	\$ 962.946,05
GASTOS											
Sueldos	\$ 32.400,00	\$ 32.756,40	\$ 33.116,72	\$ 33.481,00	\$ 33.849,30	\$ 34.221,64	\$ 34.598,08	\$ 34.978,65	\$ 35.363,42	\$ 35.752,42	\$ 340.517,62
Décimo Tercero	\$ 2.700,00	\$ 2.729,70	\$ 2.759,73	\$ 2.790,08	\$ 2.820,77	\$ 2.851,80	\$ 2.883,17	\$ 2.914,89	\$ 2.946,95	\$ 2.979,37	\$ 28.376,47
Décimo Cuarto	\$ 2.226,00	\$ 2.250,49	\$ 2.275,24	\$ 2.300,27	\$ 2.325,57	\$ 2.351,15	\$ 2.377,02	\$ 2.403,16	\$ 2.429,60	\$ 2.456,32	\$ 23.394,82
Aporte Patronal	\$ 3.936,60	\$ 3.979,90	\$ 4.023,68	\$ 4.067,94	\$ 4.112,69	\$ 4.157,93	\$ 4.203,67	\$ 4.249,91	\$ 4.296,66	\$ 4.343,92	\$ 41.372,89
Fondo de Reserva	\$ 2.700,00	\$ 2.729,70	\$ 2.759,73	\$ 2.790,08	\$ 2.820,77	\$ 2.851,80	\$ 2.883,17	\$ 2.914,89	\$ 2.946,95	\$ 2.979,37	\$ 28.376,47
Servicios Básicos	\$ 414,00	\$ 418,55	\$ 423,16	\$ 427,81	\$ 432,52	\$ 437,28	\$ 442,09	\$ 446,95	\$ 451,87	\$ 456,84	\$ 4.351,06
Materiales de limpieza	\$ 1.752,75	\$ 1.772,03	\$ 1.791,52	\$ 1.811,23	\$ 1.831,15	\$ 1.851,30	\$ 1.871,66	\$ 1.892,25	\$ 1.913,06	\$ 1.934,11	\$ 18.421,06
Materiales y suministros de oficina	\$ 334,05	\$ 337,72	\$ 341,44	\$ 345,20	\$ 348,99	\$ 352,83	\$ 356,71	\$ 360,64	\$ 364,60	\$ 368,61	\$ 3.510,80
Mantenimiento de computador	\$ 360,00	\$ 363,96	\$ 367,96	\$ 372,01	\$ 376,10	\$ 380,24	\$ 384,42	\$ 388,65	\$ 392,93	\$ 397,25	\$ 3.783,53
Publicidad	\$ 1.175,00	\$ 1.187,93	\$ 1.200,99	\$ 1.214,20	\$ 1.227,56	\$ 1.241,06	\$ 1.254,71	\$ 1.268,52	\$ 1.282,47	\$ 1.296,58	\$ 12.349,02
Uniformes de trabajo	\$ 1.345,00	\$ 1.359,80	\$ 1.374,75	\$ 1.389,88	\$ 1.405,16	\$ 1.420,62	\$ 1.436,25	\$ 1.452,05	\$ 1.468,02	\$ 1.484,17	\$ 14.135,69
Adecuaciones y Remodelaciones	\$ 7.500,00	\$ 7.582,50	\$ 7.665,91	\$ 7.750,23	\$ 7.835,49	\$ 7.921,68	\$ 8.008,81	\$ 8.096,91	\$ 8.185,98	\$ 8.276,02	\$ 78.823,52
Depreciaciones	\$ 2.450,78	\$ 2.450,78	\$ 2.450,78	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 1.661,85	\$ 18.985,30
Manteria	\$ 1.680,00			\$ 1.698,48			\$ 1.717,16				\$ 5.095,64
Menaje	\$ 807,50		\$ 816,38		\$ 825,36		\$ 834,44		\$ 843,62		\$ 4.127,31
Gastos de Logistica	\$ 1.200,00	\$ 1.213,20	\$ 1.226,55	\$ 1.240,04	\$ 1.253,68	\$ 1.267,47	\$ 1.281,41	\$ 1.295,51	\$ 1.309,76	\$ 1.324,16	\$ 12.611,76
Extintor	\$ 490,00										\$ 490,00
TOTAL DE GASTOS	\$ 63.471,68	\$ 61.132,65	\$ 62.594,54	\$ 63.340,31	\$ 63.126,98	\$ 62.968,65	\$ 66.194,63	\$ 64.324,82	\$ 65.857,73	\$ 65.710,99	\$ 638.722,97
utilidad operativa	\$ 9.876,18	\$ 15.018,23	\$ 47.642,38	\$ 90.411,42	\$ 140.810,13	\$ 712,14	\$ 8.545,91	\$ 4.892,31	\$ 3.312,57	\$ 3.001,83	\$ 324.223,09
Gasto de interes	\$ 332,15	\$ 265,90	\$ 191,83	\$ 109,02	\$ 16,46						\$ 915,35
utilidad antes participacion trabajador e	\$ 9.544,03	\$ 14.752,33	\$ 47.450,55	\$ 90.302,40	\$ 140.793,67	\$ 712,14	\$ 8.545,91	\$ 4.892,31	\$ 3.312,57	\$ 3.001,83	\$ 323.307,73
15 de traba	\$ 1.431,60	\$ 2.212,85	\$ 7.117,58	\$ 13.545,36	\$ 21.119,05	\$ 106,82	\$ 1.281,89	\$ 733,85	\$ 496,89	\$ 450,27	\$ 48.496,16
utilidad antes del impuesto	\$ 8.112,42	\$ 12.539,48	\$ 40.332,97	\$ 76.757,04	\$ 119.674,62	\$ 605,31	\$ 7.264,02	\$ 4.158,46	\$ 2.815,68	\$ 2.551,56	\$ 274.811,57
Impuesto a la Renta 22%	\$ 1.784,73	\$ 2.758,69	\$ 8.873,25	\$ 16.886,55	\$ 26.328,42	\$ 133,17	\$ 1.598,08	\$ 914,86	\$ 619,45	\$ 561,34	\$ 60.458,55
<i>utilidad Neta del ejercicio</i>	\$ 6.327,69	\$ 9.780,80	\$ 31.459,72	\$ 59.870,49	\$ 93.346,21	\$ 472,15	\$ 5.665,94	\$ 3.243,60	\$ 2.196,23	\$ 1.990,21	\$ 214.353,03

Anexo # 9
Punto de Equilibrio

<i>DATOS</i>	<i>AÑOS</i>										
	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>	<i>TOTAL</i>
COSTOS FIJOS	59306,96	59959,33656	60618,88926	61285,69704	61959,83971	62641,39795	63330,45333	64027,08831	64731,38628	65443,43153	365772,12
GASTOS FIJOS	63471,6751	61132,6525	62594,53565	63340,31321	63126,97569	62968,65033	66194,63007	64324,81797	65857,73113	65710,9854	376634,80
INTERES	332,15	265,90	191,83	109,02	16,46	0	0	0	0	0	915,35
TOTAL= COSTO FIJO	123110,7848	121357,8844	123405,2523	124735,0347	125103,2718	125610,0483	129525,0834	128351,9063	130589,1174	131154,4169	743322,28
COSTOS VARIABLES	114145,19	115400,79	116670,19	117953,57	119251,06	120562,82	121889,01	123229,79	124585,31	125955,75	703983,60
VENTAS	246800	251511	287526	332991	385148	246885	259960	256474	258487	260112	1750861,00
<i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i>	\$ 229.043,65	\$ 224.250,93	\$ 207.673,47	\$ 193.155,41	\$ 181.210,34	\$ 245.493,20	\$ 243.869,77	\$ 247.057,08	\$ 252.092,34	\$ 254.291,83	\$ 2.278.138,02

<i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i>	<i>AÑOS</i>										
	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>	<i>TOTAL</i>
Anual	\$ 229.043,65	\$ 224.250,93	\$ 207.673,47	\$ 193.155,41	\$ 181.210,34	\$ 245.493,20	\$ 243.869,77	\$ 247.057,08	\$ 252.092,34	\$ 254.291,83	\$ 1.280.827,00
Mensual	\$ 19.086,97	\$ 18.687,58	\$ 17.306,12	\$ 16.096,28	\$ 15.100,86	\$ 20.457,77	\$ 20.322,48	\$ 20.588,09	\$ 21.007,69	\$ 21.190,99	\$ 106.735,58
Diario	\$ 636,23	\$ 622,92	\$ 576,87	\$ 536,54	\$ 503,36	\$ 681,93	\$ 677,42	\$ 686,27	\$ 700,26	\$ 706,37	\$ 3.557,85
Unidades Diarias	318,12	311,46	288,44	268,27	251,68	340,96	338,71	343,13	350,13	353,18	1.778,93

Anexo # 11

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
COSTOS	Mensual	Trimestral
Materia Prima	7215,00	21645
Sueldos Produccion	6690,75	20072,237
Servicios Basicos	116,40	349,2
Gastos Administrativos	5330,70	15992,1
Inventario (menaje)	67,29	201,88
Inventario de manteleria	140,00	420,00
TOTAL	19352,85	58680,41

Anexo # 12

Inversión Fija

Inversion Fija	
ACTIVOS FIJOS	\$ 19.435,54
Muebles de oficina	\$ 1.648,92
Equipos de oficina	\$ 9.340,26
equipos de computacion	\$ 2.367,00
maquinaria y equipo	\$ 5.629,36
Software Contable	\$ 450,00
Capital de trabajo	\$ 58.680,41
Subtotal	\$ 78.115,95
Imprevistos 10%	\$ 7.811,60
Total de inversion	\$ 85.927,55

Anexo # 13

Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL					
DESCRIPCIÓN	VALOR DE APOORTE	% APOORTE	TASAS		COSTO DE CAPITAL
			ACTIVA	PASIVA	
Aporte del Propietario	45.000,00	52,37%		4,25%	2,23%
Corporacion Financiera Nacional	40.927,55	47,63%	11,15%		5,31%
TOTAL	85.927,55	100,00%			7,54%

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL					
DESCRIPCIÓN	VALOR DE APOORTE	% APOORTE	TASAS		COSTO DE CAPITAL
			ACTIVA	PASIVA	
Aporte del Propietario	45.000,00	52,37%		4,28%	2,24%
Banco Pichincha	40.927,55	47,63%	11,20%		5,33%
TOTAL	85.927,55	100,00%			7,58%

Anexo # 13

Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
<i>Materia Prima</i>	Mensual	Anual
Directa	7215,00	86580
Indirecta	432,20	5186,4
Total	7647,20	91766,40
<i>Mano de Obra</i>		
Directa	1864,90	22378,788
Indirecta	0	
Total	1864,90	22378,79
<i>Costos Indirectos de Fabricación</i>		
Servicios basicos	116,40	1396,8
Sueldo Operativo Fijo	4825,85	57910,16
TOTAL	4942,25	59306,96
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	14454,35	173452,15

Anexo # 14

Rol de pago

DETERMINACIÓN COSTOS OPERATIVOS										
DETALLE DE REMUNERACIONES										
N°	Cargo	Mensual c/u	Mensual Nominal	Horas Extras	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Total Mensual	Total Rubros anuales
PERSONAL OPERATIVO										
1	Jefe de Cocina	350,00	350,00	140,00	40,83	26,50	59,535	40,83	657,70	7892,42
2	Auxiliares de Cocina	320,00	640,00	256,00	74,67	53,00	108,864	74,67	1207,20	14486,368
9	Mesero	320,00	2880,00	0,00	240,00	238,50	349,92	240,00	3948,42	47381,04
2	Cajeras	320,00	640,00	0,00	53,33	53,00	77,76	53,33	877,43	10529,12
TOTAL REMUNERACIONES		\$ 1.310,00	\$ 4.510,00	\$ 396,00	\$ 408,83	\$ 371,00	\$ 596,08	\$ 408,83	\$ 6.690,75	\$ 80.288,95

DETERMINACIÓN COSTOS ADMINISTRATIVOS**DETALLE DE REMUNERACIONES**

N°	Cargo	Mensual Nominal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Total Mensual	Total Rubros anuales
PERSONAL ADMINISTRATIVO								
1	Gerente	800,00	66,67	26,50	97,20	66,67	1057,03	12684,40
1	Director Administrativo	400,00	33,33	26,50	48,60	33,33	541,77	6501,20
1	Director de Operaciones	400,00	33,33	26,50	48,60	33,33	541,77	6501,20
1	Jefe de Contabilidad	350,00	29,17	26,50	42,53	29,17	477,36	5728,30
1	Jefe de Talento Humano	350,00	29,17	26,50	42,53	29,17	477,36	5728,30
1	Jefe de Logística	350,00	29,17	26,50	42,53	29,17	477,36	5728,30
1	Jefe de Producción	350,00	29,17	26,50	42,53	29,17	477,36	5728,30
TOTAL REMUNERACIONES		\$ 3.000,00	\$ 250,00	\$ 185,50	\$ 364,50	\$ 250,00	\$ 4.050,00	\$ 48.600,00

Anexo # 15

Flujo proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO												
Detalle	0	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	total
inversión	-85927,55											
utilidad neta del ejerció		6327,69	9780,80	31459,72	59870,49	93346,21	472,15	5665,94	3243,60	2196,23	1990,21	214353,03
Depreciación		2450,78	2450,78	2450,78	1661,85	1661,85	1661,85	1661,85	1661,85	1661,85	1661,85	18985,30
Abono Capital		561,80	628,06	702,12	784,93	877,50						3554,41
Valor de rescate												0,00
total flujo de efectivo	-85927,5472	8216,66	11603,51	33208,37	60747,42	94130,56	2134,00	7327,79	4905,45	3858,09	3652,07	229783,93

INDICADORES	
VAN	\$ 89.697,10
TIR	27%
B/C	2,04
PIR	En 3 años

Proformas



Lo mejor en papelería y tecnología

Av. Colón E4-61 y 9 de Octubre / P.O. Box 17-01-1313
 Telf.: +593 2 3997 500 • Fax: +593 2 2521667
 www.superpaco.com
 QUITO - ECUADOR

Razon Social : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
 Direccion : AV.COLON E4-61 Y AV.9DE OCTUBRE
 Almacen : PA-CO ESMERALDAS
 Direccion : AV. PEDRO VICENTE MALDONADO S/N Y JULIO ESTUPINAN
 Telefonos : 614419 0
 QUITO

PROFORMA: 030-002-000002699
 RUC : 1790040275001
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5368 del 02/06/1995
 Fecha : 19 DE SEPTIEMBRE DEL 2013
 Fecha Entrega: DE MES: DEL
 Emision Sist.: 13/09/19 12:02:19
 No. Control : 17-PR-00002699
 Cliente : 9999 LISBETH MACIAS
 Direccion : No:
 Telefono : 0 Ciudad :
 RUC/Cedula : 0803141431

Pagina: 1 de 1

Pedido: (17-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: otrujillo Autoriza: rtilleri

SC.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSE.
1 0887758198636	COMPUTADOR TODO EN 1 18-110CLA AMD E1-12 HEMLETT, PACKARD 00 1.40GHZ 4GB 500GB 18.5PLG W PROCESADOR ACELERADO AMD E1-1200 1.4GHZ, MEMORIA RAM 4GB, DISCO DURO DE 500GB, WEB CAM, WI-FI, WINDOWS 8, INCLUYE MOUSE Y TECLADO USB E IMPRESORA MULTIFUNCIÓN HP 2515		1.00	UN	2 680.00000	680.00	

ADQUIRIENTE

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
 En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten
 al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.
 VALIDEZ OFERTA: 0 DIAS

SUBTOTAL : 680.00
 TARIFA 0% : .00
 TARIFA 12% : 81.60
 I V A 12% : 81.60
 T O T A L \$: 761.60

CIRKUITOS S. A. - RADIO SHACK
RSHACK ESMERALDAS
RUC. 1791284321001

ESMERALDAS-ECUADOR, 19 de Septiembre de 2013

SR.
LISSETH MACIAS
RUC:0801141431
FONO 2765889
PRESENTE.-

Tenemos el agrado de cotizar la siguiente mercaderia:

CODIGO	DESCRIPCION	MARCA	REFERENCIA	CANT	V.U.DOL	V.TOT.DOL
815849010598	0490 189 SECURITY RECORDINGKIT W/INTERN	490	SECURITY SMDVK-413002-RS	5	680.38	3,401.90
3490-60	3490 060 GRABADOR Y DWR4-4000	490	SECURITY SMDVK-440004	2	982.78	1,965.56

5,367.46

- 10% de descuento

En los precios señalados anteriormente esta incluido el 12% de IVA.
CIRKUITOS S.A. es contribuyente especial, por lo tanto no corre retencion sobre el 12% de IVA.
Adicionalmente concederemos el 10% de descuento con tarjeta SUPERNAKI ILIMITADA o EMPRESARIAL.
Esta proforma tiene validez por el tiempo de ocho dias sujeta a inventario de almacen.

VIVIANA GARCIA 9255
RADIO SHACK C.C. MULTIPLAZA LOCAL 216
CEL: 062713050 / 0986166258
E-mail: mesmeraldas@radioshackecuador.com.ec
PAGINA WEB INTERNACIONAL: www.radioshack.com
HORA: 12:35

ORIGINAL



**CASA
PAZMIÑO S.A.**
Import & Export

MATRIZ: QUITO

DIRECCION: AV. CORUÑA 1123 Y COLON

TELEFONOS: 2563398 / 2504675 / 2557512

HORARIO: LUNES A VIERNES

8:30 A 18:00

SABADOS

9:00 A 13:00

PROFORMA

Cliete:	SRTA. MAYRA MACIAS ARTEAGA		
Atencion:	SRTA. MAYRA MACIAS ARTEAGA	TELEFONO:	062765889
Ciudad:	ESMERALDAS	FECHA:	10/08/2013
Dirección:	Y DE VUELTA LARGA	VENDEDOR:	JONATHAN
Mail:	mayrita_2223@hotmail.com	PROFORMA	J0001297

CAJAS REGISTRADORAS

OPCION	DESCRIPCION	PRECIO UNIT	TOTAL SIN IVA	TOTAL USD INCLUYE IVA
1	CAJA REGISTRADORA	\$ 890,00	\$ 890,00	\$ 996,80
	MARCA: CASIO MODELO: TK3200			
	CON MEMORIA PARA 1000 PRODUCTOS SE PUEDE AMPLIAR LA MEMORIA A 5000 PRODUCTOS			
	INCLUYE CAPACITACION DE FUNCIONAMIENTO			
	MANEJA INVENTARIOS			
1	CAJA REGISTRADORA	\$ 490,00	\$ 490,00	\$ 548,80
	MARCA: SAM 40 MODELO: 350II			
	CON MEMORIA PARA 300 PRODUCTOS			
	INCLUYE CAPACITACION DE FUNCIONAMIENTO			
	DE ACUERDO A LA CANTIDAD Y A LA FORMA DE PAGO SE LE REALIZA UN DESCUENTO			

GARANTIA

UN AÑO POR DEFECTO DE FABRICA

CONDICIONES DE PAGO:

CONTRA - ENTREGA

TIEMPO DE ENTREGA

INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA DE ACUERDO A LA CANTIDAD SOLICITADA

VIGENCIA DE LA OFERTA

15 DIAS

INFORMACION ADICIONAL

ventas@casapazmino.com.ec

servicioalcliente@casapazmino.com.ec

2557461 2557523 095286785

ATENTAMENTE
LCDO. JOSÉ LUIS PAZMIÑO
GERENTE

COMOHOGAR S.A. - TODOHOGAR
TODOHOGAR ESMERALDAS
RUC. 1790746119001

QUITO , 19 de Septiembre de 2013

LISEHT MACIAS V
PRESENTE.-

Tenemos el agrado de cotizar la siguiente
mercadería:

CODIGO	DESCRIPCION	REFERENCIA
CANT	MARCA U.U.DOL	V.TOT.DOL
5025232600489	0356 2101 AIRE ACO CONDICIONADO PANASONIC -GE- CS-YS9MKV/CU	989.98
-YC 2	494.99 9000BTU SPLIT	

TOTAL: \$ 989.

98

En los precios señalados anteriormente
está incluido el 12% de IVA.
COMOHOGAR S.A. es contribuyente especial,
por lo tanto no corre retención sobre
el 12% de IVA. Resol. 5368 del 02-JUN
-95.

Adicionalmente concederemos el 10% de
descuento con tarjeta SUPERMAXI ILIMITADA
o EMPRESARIAL. SUKASA, TODOHOGAR.
Esta proforma tiene validez por el tiempo
de ocho días sujeta a inventario de al
macen.

EXTENSION DE GARANTIA
062-711-035
ELABORADO MAURICIO LOOR
HORA: 12:27

ORIGINAL



Anexo

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas

Facultada de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela de Contabilidad y Auditoría

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES.

Estimado Amigo, con la finalidad de obtener información importante para la elaboración de mi trabajo de investigación: **ANÁLISIS DE LA CADENA LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, Y NEGOCIACIÓN DEL RESTAURANTE “SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPIÓN**, solicito a usted llenar la siguiente encuesta:

GENERO F M

EDAD -----

OCUPACIÓN Estudiante Trabaja Otros

1. ¿Hace qué tiempo conoce de la existencia de Súper Encebollados Escorpión?

1Año 2 Años 3Años

Otros.....

2. ¿Conoce usted la trayectoria de Súper Encebollados Escorpión?

Sí No

3. ¿Cómo se enteró de la existencia del Súper Encebollados Escorpión?

Recomendaron Publicidad Degustar

4. ¿Qué tiempo tiene siendo cliente del negocio?

1-12 meses 2-3 años Más de 3 años

Otros.....



5. ¿Está satisfecho con la atención que brinda Súper Encebollados Escorpión?

Sí

No

6. ¿Lo ha recomendado a otras personas?

Sí

No

7. ¿Con qué frecuencia consume el producto?

Una o más veces a la semana
siempre

tres veces al mes

8. Recuerda si el negocio ha tenido cambios que llamen su atención como consumidor.

Sí

No

9. ¿Considera que debe mejorar la estructura física actual?

Sí

No

Qué recomendaciones da

.....

10. ¿Conoce los demás puntos de ventas que tiene el negocio fuera y dentro de la ciudad?

Sí

No

11. ¿Con qué productos prefiere acompañar el encebollado?

Canguil

Arroz

Chifle

Pan

Tostado

12. Le gustaría saborear el encebollado mixto camarón y pescado.

Sí

No



13. En comparación con la competencia el tipo de producto es:

Excelente Algo mejor Más o menos igual Peor No lo sabe

14.Cuál de los siguientes factores es importante para usted al momento de elegir el producto, valore del 1 la 5 siendo 1 la puntuación más baja y 5 la excelencia.

Calidad Atención al cliente Precio Rapidez del servicio

15. De qué manera considera que esta organizado el negocio.

Formal

Informal

Otros -----

16. ¿Considera que es adecuada la forma de realizar el pedido en caja?

Sí

No

Qué recomendaría -----

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas

Facultada de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela de Contabilidad y Auditoría

*Estimado Propietario, con la finalidad de obtener información importante para la elaboración de mi trabajo de investigación: **ANÁLISIS DE LA CADENA LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, Y NEGOCIACIÓN DEL RESTAURANTE “SÚPER ENCEBOLLADOS ESCORPIÓN**, solicito a usted llenar la siguiente entrevista:*

Nombre del Propietario:

Nombre del Negocio:

Dirección del negocio:

1. ¿Hace que tiempo se dedica a la venta de Encebollado?

1. ¿Quiénes son sus competidores?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. En qué se diferencia de sus competidores.

Calidad
Estructura Física
Atención al cliente

Precios

3. ¿Cuál es la mayor competencia que tiene?

4. ¿Quiénes son proveedores de materia prima?

5. Que día representan mayor número de venta.

6. ¿Considera que su negocio es rentable, por qué?

7. Su administración operativa es formal o informal, indique por favor.

8. Utiliza algún tipo de publicidad.

.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

