INTRODUCCIÓN

La Picantería Encebollado Girasol inicio sus actividades el 10 de Mayo de 1998 hace 14 años, en el cantón de Esmeraldas, esta cuenta con una clientela que ha permitido su existencia, se han detectado fortalezas y debilidades las cuales sirven de base para buscar estrategias hacia un mejor servicio. El Sector de negocios ha ido creciendo en los últimos años, lo que ha permitido la presencia de nuevas picanterías haciendo más competitiva la actividad.

Lo logrado hasta ahora se ha desarrollado con una estructura administrativa financiera informal, lo que ha impedido su crecimiento. Lo antes mencionado, nos ha permitido concluir que este proyecto de rediseño contribuya al crecimiento y posicionamiento del negocio para llevarle a una situación más competitiva en el mercado local.

Este proyecto de análisis y rediseño administrativo, operativo y de servicio al cliente, se lo podría llevar en el tiempo a que reúna las condiciones y perfiles para competir con el resto de los negocios, sin embargo para nuestro estudio hacemos el análisis respectivo del mercado para determinar las alternativas de desarrollo y crecimiento de la picantería.

Finalmente, con la preparación y desarrollo de este proyecto, se contribuye a promover mejor calidad de vida de los colaboradores y de los clientes de la picantería Encebollado Girasol.

CAPITULO I

1. MARCO CONTEXTUAL

1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Es un negocio familiar que no ha logrado alcanzar el éxito deseado, como consecuencia de la desorganización administrativa que mantienen sus propietarios, en la que han surgido problemas que inciden en el atraso del negocio frente a su competencia.

La falta de iniciativa y decisión de los que conforman este negocio, disminuyo el interés de crecer más hacia el cumplimiento de sus metas y objetivos, que han sido establecidos por sus propietarios para fines que se constituya en una verdadera microempresa, a esto se le suma los intereses personales de quienes conforman la Picantería "Encebollado Girasol".

Uno de los mayores inconvenientes es que no se ha logrado encontrar un local con las características de un ambiente agradable y moderno, en la ciudad de Esmeraldas.

Ante esto surge una interrogante, ¿cómo podría mejorar sus procesos la Picantería "Encebollado Girasol" implementando un rediseño administrativo?

1.2 JUSTIFICACIÓN

La picantería “Encebollado Girasol “tiene 14 años en el mercado.

El crecimiento de la picantería, la demanda del producto simultáneamente de la gran oferta actual que existe, liga a todos los sectores económicos, relacionados con dicho servicio y producto a mejorar y a especializar para entrar en el mundo competitivo de mejoramiento de la calidad a través de las políticas administrativas, operacionales de servicio al cliente.

Los beneficios en la aplicación del rediseño son muchos, conociendo de antemano que el objetivo principal es cambiar los sistemas antiguos de realizar las actividades con un innovador sistema que sea competitivo que a la vez reduzca costos, aumentando de manera progresiva las utilidades.

El presente proyecto, tiene la finalidad de mejorar las técnicas de producción, establecer procedimientos, mejoras sanitarias, control de la calidad, cantidad, atención al cliente con calidez, el ambiente de servicio de los operarios definiendo responsabilidades, normas de conductas, por ende se justifican la realización del mismo.

1.3 OBJETIVOS

a.) General

- Diseñar e implementar un proceso de restructuración operativa, administrativa financiera y de servicio para la Picantería "Encebollado Girasol" en el cantón de Esmeraldas, provincia de Esmeraldas**.**

b.) Específicos

- Realizar un estudio del Mercado, para conocer el posicionamiento de la picantería.

- Establecer estrategias adecuadas de comercialización, a través de Plan de Marketing.

- Determinar el monto de la inversión necesaria para la ejecución del proceso de rediseño.

- Mejorar el proceso de producción para alcanzar costos mínimos y una máxima utilidad.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 EL PRODUCTO

2.1.1 GENERALIDADES DEL PRODUCTO

Actualmente el encebollado de la Picantería Girasol se encuentra posicionado en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, reconocido por su trayectoria en el servicio de alimentos preparados, ha logrado mantenerse pese a las crisis económicas que se han presentado en el país, y el aumento de la competencia.

El encebollado es un plato típico ecuatoriano originario de la región costa, muy probablemente de las provincias del Guayas y Manabí. En términos simples, el encebollado es un estofado de pescado que contiene yuca y cebolla colorada encurtida. El jugo (caldo) del encebollado es elaborado con tomate, condimentos como el "ají" y otras especies. Generalmente, el pescado utilizado para preparar el encebollado es la albacora, aunque también se suele utilizar atún, picudo u otros.

La técnica desarrollada para la preparación de los alimentos es aceptada por los clientes. El encebollado su principal componente es el pescado que es un alimento con beneficios nutricionales en Omega 3 favorece la salud del corazón, y el selenio que contiene un excelente antioxidante que retarda el envejecimiento de las células del cuerpo.

2.1.2 NECESIDADES QUE CUBRE EL PRODUCTO

El encebollado es un plato típico que es apetecido por sus consumidores, el cual cubre necesidades de los clientes; por un lado es un producto alimenticio hecho a base de productos naturales que no afecta el sistema digestivo del cliente y por otro lado este producto se encuentra a fácil acceso de los consumidores, por lo que está en un lugar

estratégico y cuenta con un precio económico el cual es accesible para toda clase de persona.

2.1.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

El encebollado es un caldo, donde su principal componente es el pescado para su preparación necesitamos los siguientes:

Ingredientes:

- Pescado cocido y desmenuzado (que sea el pescado albacora o atún),
- Hierbita,
- Chillangua,
- Cebolla blanca,
- Yuca,
- Cebolla colorada,
- Ajo,
- Pimienta ,
- Sal al gusto,
- Limones.

Preparación:

Cocinar la yuca con el ajo, cebolla blanca, hierba buena, chillangua, pimiento. Cuando ya esté lista la yuca se debe sacar y poner a cocinar el pescado aliñado. Curtir la cebolla colorada con los limones. Colocar en una bandeja la yuca cortada en cuadritos. Luego el pescado cocinado y cortado en tiras, hierva picada, y el caldo de pescado cernido, revolver toda esta mezcla.

Se sirve caliente, este plato, que suele servirse acompañado de chifles o pan, es ingerido usualmente en la mañana, ya sea como desayuno o a media mañana. También suele servirse como almuerzo. Es común que el plato sea aderezado con gotas de limón verde y con ají (salsa picante ecuatoriana). Tal actividad se ha convertido en todo un ritual urbano colectivo.

2.1.3.1 TIPO DE PRODUCTO

El encebollado es elaborado artesanalmente su principal materia prima es el pescado Albacora de primera calidad, su forma es de caldo, una vez preparado se ofrece a los clientes que llegan al local con las condiciones de un ambiente agradable y una buena atención brindándole servicio personalizado. Todo esto garantizado con todos los permisos legales: patente municipal, permiso de funcionamiento, permiso del ministerio de salud, permiso del cuerpo de bomberos, permiso de la gobernación, permiso de vías públicas.

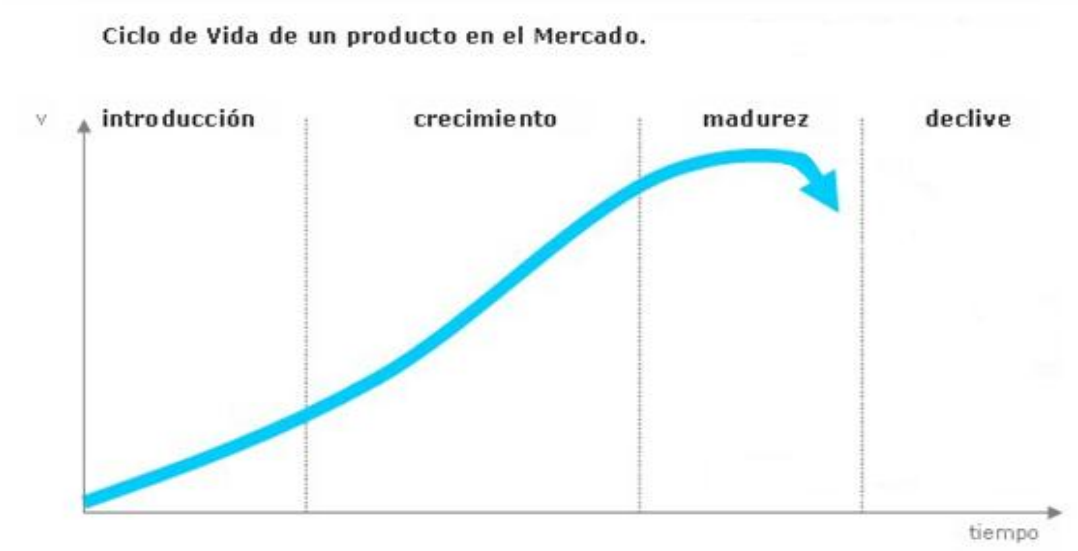
2.1.3.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos ofrecidos en el medio y que pueden suplir la ingesta de encebollado en horas de la mañana son: tamal, bolón, corviche, ceviche, morocho y empanada.

2.1.3.3 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Actualmente se encuentra en la etapa de maduración, cuando el producto ha alcanzado la máxima participación posible y pronosticada de su evolución en el mercado.

Las señales clave que reflejan esta etapa son, entre otras; penetración de mercado; máxima acción de la competencia para desplazar posiciones alcanzadas; liderazgo y dominancia en los segmentos operados, o en el mercado total; altos índices de Fidelidad de los clientes.



El encebollado girasol una vez que ingreso al mercado ha tenido incremento muy importante con una participación que ha permitido llegar a la etapa de madurez, este estudio permitirá establecer mecanismos que permitan su posicionamiento en el mercado de los encebollados.

2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado está dirigido a los habitantes de Esmeraldas de todas las edades, sin distinción alguna de status social, ya que tanto las personas de nivel medio alto, alto y bajo pueden consumir Encebollado.

2.2.2 CONDUCTA DE COMPRA DE LOS CLIENTES

En la ciudad de Esmeraldas la tendencia de los habitantes es consumir encebollado como desayuno o luego de una resaca de una noche de diversión.

2.2.3 ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS

Se necesitaron fuentes secundarias para poder estudiar la demanda del producto existente en el mercado de Esmeraldas:

Municipio de Esmeraldas. Esta institución me brindo información en el registro que tienen sobre las patente municipal respecto a las picanterías en la ciudad, se entrevisto a unos cuantos propietarios con los que más afinidad se tiene considerándolos como competencia directa.

2.2.4 ANÁLISIS DE FUENTES PRIMARIAS

Se determinó que el nivel de confianza que se requiere era del 95% con un error de 5% en los resultados de la encuesta. Para el cálculo del tamaño de la muestra que proporcione estos parámetros es necesaria la probabilidad de ocurrencia 0.50 y la probabilidad de no ocurrencia del 0.50. Para obtenerla se aplicó un muestreo de 382 encuesta preguntando si consume y conoce del servicio que ofrece la picantería Encebollado Girasol en la ciudad de Esmeraldas. La encuesta se realizó a los ciudadanos esmeraldeños que consumen encebollado. Con lo cual se determina el cálculo del tamaño de la muestra.

2.2.4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

De la investigación realizada del mercado de consumo de encebollado se determino que el 95% consumen este producto lo que amerita la presencia de este tipo de negocios, algunos locales se han establecidos por el alto nivel de consumo lo que hace muy competitivo el ámbito del negocio.

La presencia de este tipo de negocio ha permitido un cambio de costumbres donde los clientes por la situación económica y por el tiempo de disponibilidad de llegar a los trabajos acuden a las picanterías a degustar un plato de encebollado económico y muy nutritivo.

El cliente es la persona más importante de nuestro negocio, y para nosotros fue importante conocer cuál es la calificación que tienen del servicio y del producto que ofrece la picantería encebollado Girasol, se obtuvo que no todos los clientes tengan una buena satisfacción y atención.

a.) Objetivos General

- Lograr el 100% de la satisfacción total del cliente todos los días.

- Cuantificar la demanda promedio anual de los consumidores en los sectores del cantón Esmeraldas, provincia de Esmeraldas.

b.) Objetivos específicos

- Diseñar una encuesta, para recabar toda la información pertinente con respecto a los clientes potenciales de la picantería.

- Elaborar un cuestionario, para realizar una entrevista a los posibles competidores, sean estos directos o indirectos, para conocer cuáles son los factores que se deben tomar en cuenta al momento de vender encebollado.

- Tabular y graficar de acuerdo a la información resultante de las encuestas para facilitar la interpretación de los resultados.

- Analizar e interpretar los resultados obtenidos por la encuesta y la entrevista, para determinar la viabilidad del proyecto desde la perspectiva de mercado.

2.2.4.1.1 NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Conocer el total de personas que consumen encebollado en el cantón Esmeraldas, provincia de Esmeraldas.

- Investigar si existe en el mercado esmeraldeño, concretamente en el cantón Esmeraldas, una picantería de similares características, como la que se piensa implementar con este proyecto.

- Identificar cuantos son los miembros de una familia, de cada persona que ha sido encuestada, ya que se necesita conocer cuantas son las personas que consumen encebollado dentro de una familia.

- Conocer qué porcentaje de los encuestados se divierten los fines de semana puesto que aquellos que sí lo hacen serian los clientes potenciales de la picantería.

- Establecer si las personas desean que se haga un rediseño del local para tener un ambiente agradable.

- Determinar qué porcentaje de los encuestados estarían dispuestos a pagar un poco más por una estructura que de un ambiente acogedor.

- Fijar las características que los posibles clientes esperan que tenga este servicio y producto.

2.2.4.1.2 DETERMINAR FUENTES DE DATOS

La recolección de datos se realizará con cuestionarios que se aplicaran con encuestas y entrevistas. Las encuestas realizada a una muestra del segmento del mercado y las entrevistas realizada a los posibles competidores directos o indirectos que existan en el mercado.

Con el objeto de lograr estos dos propósitos fue necesario determinar la población a la cual nos dirigimos, y de la misma proceder a extraer una muestra representativa para según este resultado realizar el número de encuestas necesarias para obtener información veraz.

2.2.4.1.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

- Elaborar el diseño de la entrevista y la encuesta, redactando preguntas que satisfagan las necesidades de información que se han planteado en este proyecto.

- Tomar una muestra considerable de la población a la cual vamos a dirigir nuestro producto y servicio.

- Realizar las encuestas al sector domestico del cantón Esmeraldas y la entrevista a los posibles competidores.

- Tabular y Graficar la información resultante de la encuesta.

- Analizar los resultados de las encuestas y de la entrevista realizada anteriormente, para determinar en qué puede aportar a la realización de este proyecto.

2.2.4.1.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

El estudio de mercado requerirá información proveniente de personas naturales y jurídicas, las cuales nos darán información relevante que nos permitirá tener un nivel de confianza de un 94% y un grado de insignificancia del 5%.

La cantidad de encuestas realizadas a los consumidores del cantón Esmeraldas se determinó calculando el tamaño de la muestra, considerando a los consumidores pertenecientes a este cantón.

La muestra para el estudio es de 382 personas, muestra aplicada a las encuestas.

El tamaño de las muestras se obtuvieron de acuerdo a la siguiente formula estadística:

Población	N	72584
Desviación	D	0.5
Nivel de Confianza	Z	1.96

Error E 0.05

$$\frac{N*D^2 * Z^2}{(N-1)* e^2 + ^D^2 * Z^2}$$

$$\frac{69.710}{182.42} = 382$$

2.2.4.1.5 TRABAJO DE CAMPO

La investigación de campo consistió en encuestar a las personas que consumen encebollado y a clientes. Para cumplir con este objetivo se encuestaron a 382 personas, trabajo que fue realizado por el investigador del proyecto en un periodo aproximado de dos semanas.

Para poder llevar a cabo esta investigación fue necesario utilizar recursos tanto materiales, humanos.

2.2.4.1.6 VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Puedo certificar la veracidad y objetividad de la información obtenida en las encuestas y entrevistas.

2.2.4.1.7 TABULACIÓN

La tabulación de las encuestas fue realizada de forma manual ya que el número de las mismas no era tan amplio. La recopilación de datos se efectuó a través de encuestas realizadas a personas del cantón Esmeraldas, Estos datos son presentados de forma descriptiva y por medio de tablas estadísticas, y se los puede apreciar a través de los gráficos pastel, con sus respectivos indicadores y análisis.

1.- ¿Está Ud. de acuerdo con el rediseño del local la picantería encebollado Girasol? Si o No

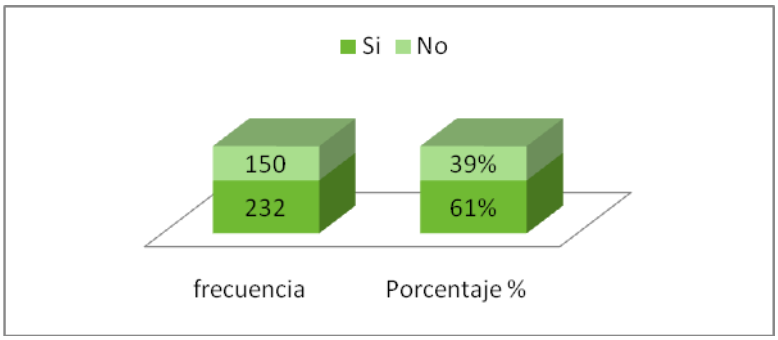
TABLA N°1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Si	232	61%
No	150	39%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

GRÁFICO N°1



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

En el estudio realizado el 61% de la población de la ciudad de Esmeraldas si le interesa la propuesta del proyecto, mientras que un 39% de la población dicen que no necesitan de un rediseño, esta pregunta es clave para la ejecución del proyecto, ya que los resultados es aceptada por la población estudiada, lo cual se debe seguir con la elaboración del mismo.

2.- ¿Cómo le gustaría que fuera la infraestructura de la picantería?

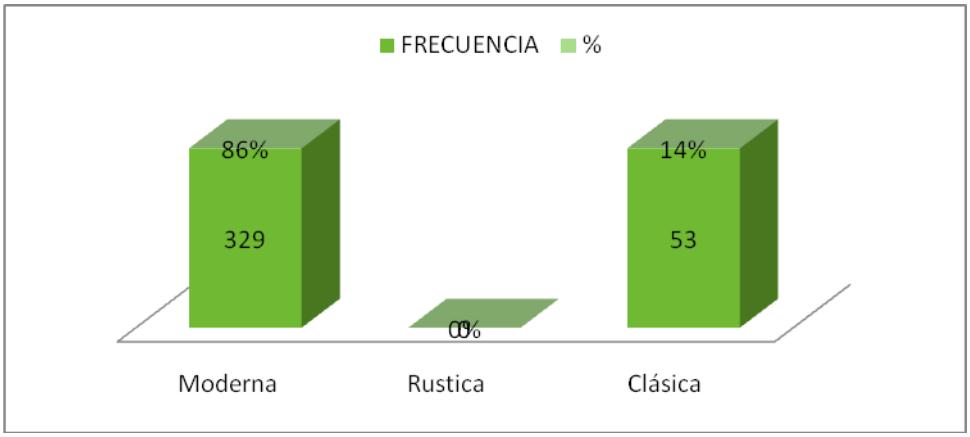
TABLA N°2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje%
Moderna	329	86%
Rustica	0	0%
Clásica	53	14%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

GRÁFICO N°2



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

Según los resultados se tiene una visión clara de lo que representaría el rediseño del local ya que un 86% de los encuestados están de acuerdo con una estructura moderna, están seguros de que fomentaría más la clientela y tendría mayores beneficios, el 14% se inclinan por una infraestructura típica.

3.- ¿Considera Ud. adecuado el horario de atención?

Entre 07: am y 13: pm

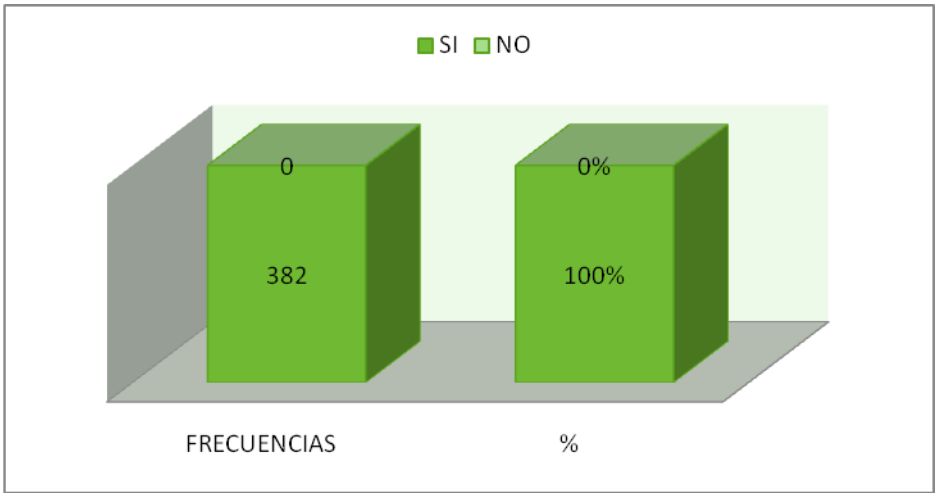
TABLA N°3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
SI	382	100%
NO	0	0%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

GRÁFICO N°3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que el 100% de los encuestados asisten por la mañana a consumir el encebollado ya que es un plato que por costumbre la gente lo prefiere en horas de la mañana.

4.- ¿Cómo califica Ud. la atención al cliente en la picantería?

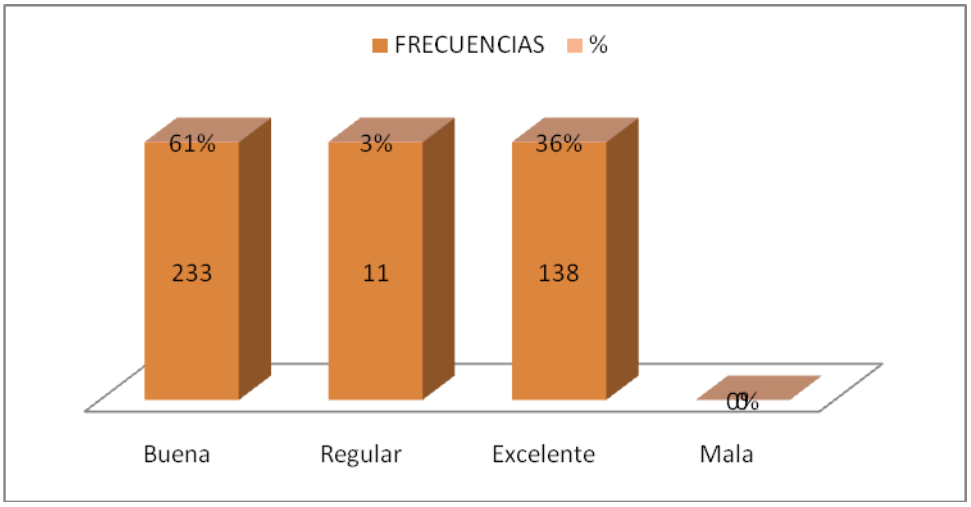
TABLA N° 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Buena	233	61%
Regular	11	3%
Excelente	138	36%
Mala	0	0%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

GRÁFICO N° 4



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

Por otra parte un 61% de los encuestados dicen que la atención al cliente es buena, y un 36% afirma que los servicios son excelentes y para ello se tienen que adoptar unas correctas medidas de servicio y atención para tener mejores beneficios.

5.- ¿Está Ud. de acuerdo en pagar un poco más del producto que le brinda la picantería si mejora su ambiente e infraestructura?

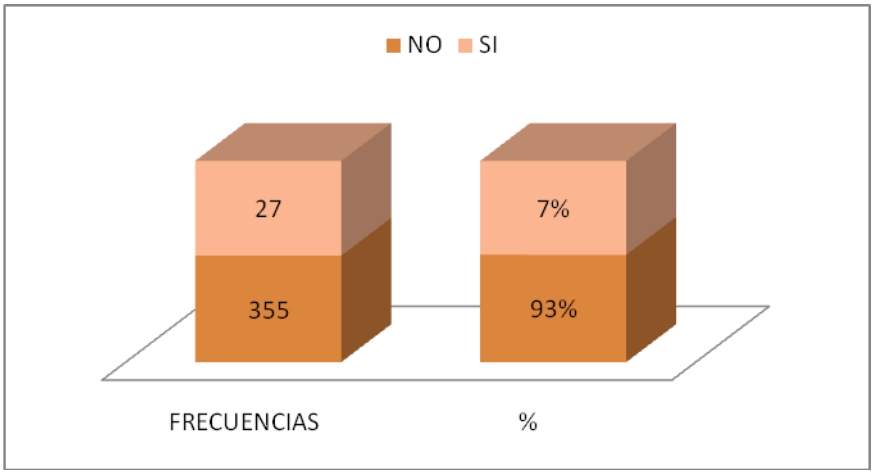
TABLA N° 5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje %
NO	355	93%
SI	27	7%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

GRÁFICO N° 5



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

Gran parte de los encuestados, exactamente un 93% confirmaron que están de acuerdo con un rediseño pero con el mismo precio del producto ya que el beneficio se refleja en el aumento del volumen de ventas. Mientras que un 7% dijeron que no pero sin dar explicaciones lógicas.

2.2.4.1.8 RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el estudio se pudo determinar que el 66%de los encuestados de una muestra de 382 personas, les gustaría un rediseño de la picantería como el proyecto lo está planteando, además pagarían el mismo precio por el producto por lo que dieron a conocer que las ventajas serian en volúmenes de ventas.

Este estudio es de gran apoyo, arrojando resultados positivos para el avance del proyecto en el mercado que se seleccionó para su comercialización, la población está dispuesta a consumir el producto.

2.2.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

TABLA N°6

C	Y	X (N)	X (X-Y)	XY	X2
2007	179.950	1	-5	-899.749,67	**25**
2008	181.821	2	-4	-727.285,66	**16**
2009	183.712	3	-3	-551.137,07	**9**
2010	185.623	4	-2	-371.245,93	**4**
2011	187.553	5	-1	-187.553,44	**1**
2012	189.504	6	0	0,00	**0**
2013	191.475	7	1	191.474,84	**1**
2014	193.466	8	2	386.932,36	**4**
2015	195.478	9	3	586.434,68	**9**
2016	197.511	10	4	790.044,81	**16**
2017	199.565	11	5	997.826,59	**25**
	2.085.660			215.741,51	**110**

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

$$a = +Y/N = \frac{2.085.659,89}{11} \quad 189.605,44$$

$$b = +XY/+X2 = \frac{215.741,51}{110} \quad 1.961,29$$

PROYECCION DE LA DEMANDA FUTURA

$$Y = A + BX$$

	A	B	(x)	
2018	189.605,44	1.961,29	6	201.373,16
2019	189.605,44	1.961,29	7	203.334,45
2020	189.605,44	1.961,29	8	205.295,74
2021	189.605,44	1.961,29	9	207.257,02
2022	189.605,44	1.961,29	10	209.218,31

Para poder obtener el consumo histórico del área urbana del cantón Esmeraldas, se ha tomado en cuenta los datos obtenidos en la investigación de mercado, mediante la información recogida con respecto al consumo futuro de nuestro producto y servicio, basados en el número de habitantes actual que lo consumen.

Para conocer también el consumo actual del producto en el cantón Esmeraldas fue necesario recurrir a las encuestas, lo que permitió obtener un estimado del número de personas. Para poder obtener los valores históricos del consumo, se empleo el índice de crecimiento poblacional del cantón Esmeraldas que es de 1.35% anual.

2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la ciudad de Esmeraldas existen 30 picanterías que tienen patente Municipal, poseen Permiso de Funcionamiento, pero ningunas están afiliadas a la cámara de comercio, tomando como muestra 6 picanterías porque son las más visitadas por los consumidores (clientes) para que sean encuestadas y que pueda determinar el grado de competencia directa que existe en nuestro mercado.

2.3.1 ASPECTOS CUALITATIVOS

La oferta está dirigida a personas de todas las edades en virtud de la demanda ya que no existe en la provincia una picantería que preste las condiciones para dar atención de calidad a este gran número de potenciales clientes.

Se brindara servicios a las personas de todas las edades con un ambiente agradable.
La atención cordial del personal hará que el cliente se sienta satisfecho al momento de consumir el plato.

2.3.1.1 COMPETENCIA DIRECTA

Como competidores Directos se puede decir que:

Según el estudio realizado a la competencia, se determino cuáles son nuestros competidores y según las entrevistas llevadas a cabo en las picanterías de la ciudad de Esmeraldas, se pudieron encontrar dos picanterías que son: Picantería Encebollado El Escorpión, y Emelec, que por sus años tienen una buena demanda pero ninguno de ellos tienen un ambiente acogedor y un servicio de calidad, pero sin embargo son competidores directos, aunque si atienden a una gran cantidad de personas por el mismo hecho de la falta de una picantería que cubra con todas las necesidades de los clientes.

Picantería el chino, Picantería Javico, Súper Encebollado y Picantería Leo Dan son las cuatro más conocidas en la ciudad debido a las publicidades y porque los dueños han salido de la picantería Escorpión.

2.3.1.2 DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA COMPETENCIA

Las dos Picanterías El Escorpión y Emelec Está ubicada a lo largo de la calle Avenida Libertad y parada 7.
La picantería Javico Está ubicado en la Avenida Libertad y parada 7.
La picantería el chino Esta en la calle Ricaurte entre Sucre y Bolívar.
La picantería Leo Dan Esta ubicado en la Avenida Colon y Juan Montalvo esquina.

2.3.1.3 ASPECTOS COMPETITIVOS

La competencia tiene la marca de su producto posesionada en el mercado y con canales de distribución amplios, que se pueden encontrar en cualquier parte del cantón de Esmeraldas.

2.3.1.4 PRODUCTOS QUE OFRECE LA OFERTA

Las Picanterías existente en la provincia de Esmeraldas ofrecen los siguientes productos:
Encebollado grande, Encebollado pequeño acompañados de Chifle, Pan, Colas, Jugos, Aguas, Cerveza.

2.3.1.5 CARACTERÍSTICAS DE SUS CLIENTES

Todas las picanterías de la ciudad de Esmeraldas no brindan un servicio exclusivo a los clientes, si no que atienden al público en general y de todas las edades.

En las encuestas que se les realizaron a los clientes de la picantería de la provincia de Esmeraldas, ellos aducen que les gustaría que exista un lugar donde se sientan cómodos, con un ambiente acogedor, agradable.

2.3.1.6 INFRAESTRUCTURA

El Escorpión: Es un local que se dedica a la venta de Encebollado**,** en un ambiente normal.

Además es importante mencionar que este local tiene un tiempo considerable en el mercado (20 años aproximadamente), por lo que ya tiene un mercado ganado.

Emelec: Este local se dedica a la venta de Encebollado, además que cuenta con un tiempo bastante considerable en el mercado (25 años aproximadamente), por lo que sería uno de los locales más antiguos en el cantón dedicados a la venta de Encebollado, por lo que tendría también un mercado ya ganado dentro del entorno **Súper Encebollado Javico:** Este local igual que los otros se dedican a la venta de Encebollado también es uno de los locales más antiguos del mercado.

Súper Encebollado El Chino: de este local no se obtuvo información suficiente para poder determinar los aspectos que sustenten esta parte de la investigación

Súper Encebollado Leo Dan: Igual que los otros locales este también se dedica a la venta de Encebollado no tiene muchos años en el mercado.

Los locales que venden Encebollado son muy frecuentados por los consumidores ya que todos sus dueños han sido trabajadores del **ESCORPION** a excepto el **EMELEC**

2.3.1.7 FORTALEZA Y DEBILIDADES

Fortaleza.	**Debilidades**
➢ Cuentan con clientela fija ➢ Son reconocidos en la provincia de Esmeraldas ➢ Están posesionados en la mente de los consumidores	➢ No cuentan con locales propios ➢ Poca inversión en mejoras del local. ➢ Ambiente no agradable.

2.3.1.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA

Las picanterías tienen un canal directo de distribución, ya que brindan sus servicios al usuario final, ellos no necesitan intermediarios para llegar a sus clientes ya que cada picantería se encarga de atender al cliente que llega a comprar y servirse de un plato de encebollado.

2.3.1.9 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

En este punto cabe recalcar que todas las competencias mencionadas anteriormente no tienen estrategias de mercado específicas, puesto que tienen un tiempo importante en el mercado y cuentan con una gran cantidad de clientes. Aunque se puede mencionar que las únicas estrategias de mercado que emplean todas las empresas anteriormente mencionadas son la publicidad que puedan hacer las mismas aunque la promoción que se haga sea poca o casi nula.

2.3.2 ASPECTOS CUANTITATIVOS DE LA OFERTA

2.3.2.1 OFERTA ACTUAL E HISTÓRICA

Este valor (1.04%) representa la tasa a la cual la oferta se ha ido incrementando año a año, desde el 2007 hasta el 2012, por lo que se mantendrá la tendencia de crecimiento en el mismo porcentaje para la proyección.

Así que a partir de la tasa de crecimiento de la oferta calculada en (1.04%) se procederá a determinar la proyección de la oferta en los próximos 6 años hasta el 2017.

OFERTA ACTUAL E HISTÓRICA

TABLA N° 7

C	Y	X (N)	X (X-Y)	XY	X2
2007	23.930	1	-5	-119.647,56	**25**
2008	24.178	2	-4	-96.713,52	**16**
2009	24.430	3	-3	-73.289,50	**9**
2010	24.684	4	-2	-49.367,81	**4**
2011	24.941	5	-1	-24.940,62	**1**
2012	25.200	6	0	0,00	**0**
2013	25.462	7	1	25.462,08	**1**
2014	25.727	8	2	51.453,77	**4**
2015	25.994	9	3	77.983,34	**9**
2016	26.265	10	4	105.059,15	**16**
2017	26.538	11	5	132.689,71	**25**
	277.348			28.689,03	**110**

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

$$a = +Y/N = \frac{277.348,39}{11} = 25.213,49$$

$$b=+XY/+X2= \frac{28.689,03}{110} = 260,81$$

PROYECCION DE LA OFERTA FUTURA

Y= A + BX

	A	B	(x)	
2015	25.213,49	260,81	6	26.778,35
2016	25.213,49	260,81	7	27.039,16
2017	25.213,49	260,81	8	27.299,96
2018	25.213,49	260,81	9	27.560,77
2019	25.213,49	260,81	10	27.821,58

2.3.2.2 PRECIOS

De acuerdo a lo que se pudo investigar por medio de las entrevistas efectuadas a los oferentes ya nombrados se pudo conocer que si existe un precio estándar $ 1.90 para prestar este servicio y producto.

2.3.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

TABLA N° 8

	OFERTA HISTORICA (CONSUMIDORES)	OFERTA POTENCIAL (CONSUMIDORES)
2007	23.930	
2008	24.178	
2009	24.430	
2010	24.684	
2011	24.941	
2012		25.200
2013		25.462
2014		25.727
2015		25.994
2016		26.265
2017		26.538

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

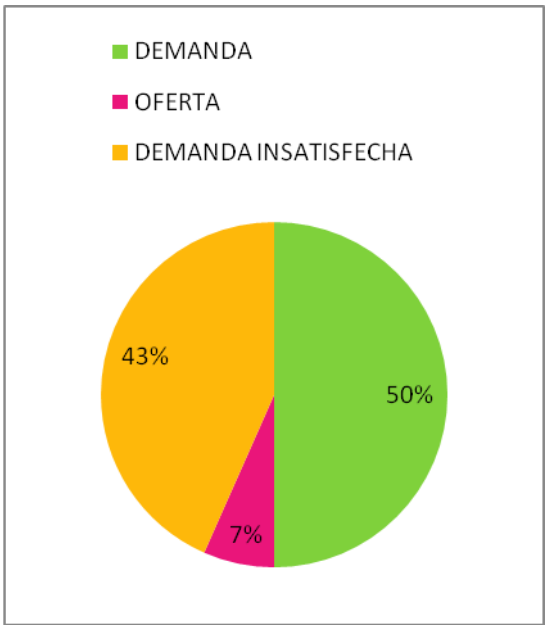
2.4 ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE OFERTA Y DEMANDA

2.4.1 CUADRO COMPARATIVO

OFERTA VS. DEMANDA

TABLA N°9

	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2012	189.504	25.200	164.304
2013	191.475	25.462	168.004
2014	193.466	25.727	169.751
2015	195.478	25.994	169.484
2016	197.511	26.265	171.246
2017	209.218	26.538	182.680
2018	201.373	26.778	174.595
2019	203.334	27.039	176.295
2020	205.296	27.300	177.996
2021	207.257	27.561	179.696



Fuente: Investigación directa

Elaborado por**:** Marcillo Cifuentes Marjorie

CUADRO DEL INEC

	Sexo de la población		
	Total	Hombre	Mujer
PROVINCIA DE ESMERALDAS	534092	271312	262780
CANTON ESMERALDAS	189504	92076	97428
POBLACION	**Total**	**Hombre**	**Mujer**
De 20 a 59 años	**126572**	**60182**	**97428**

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo)

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

2.5 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

2.5.1 DEMANDA DEL PROYECTO

La demanda está proyectada a través de la regresión lineal donde determinamos el porcentaje de participación del proyecto en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, para satisfacer las necesidades de la demanda insatisfecha.

En la ciudad de Esmeraldas se ha generado una gran demanda en el consumo de este producto.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la aplicación de técnicas de investigación como son: la entrevista y encuesta cabe resaltar que el producto y servicio es dedicado a personas de todas las edades en la ciudad de Esmeraldas por lo que este servicio se puede expandir a nivel local, abarcando gran parte de la población .

2.5.2 TIPOS DE MERCADOS

Se ha determinado el tipo de mercado para el proyecto según la metodología aplicada por: (THOMPSON, 2006)

Geográfico.

- Mercado Metropolitano: el producto estará en área dentro del cantón Esmeraldas.

Tipo de Cliente:

- Mercado del Consumidor: El encebollado será adquirido para consumo personal.

Tipo de Producto:

- Mercado de Materia Prima: con la implementación de la empresa se necesitaría pescado fresco en su estado natural para la producción del producto.
- Mercado de Fuerza de Trabajo: Es considerado un factor de producción, por tanto, se necesitaría contratar empleados para producir el bien.

2.5.3 PRECIOS

En lo referente al precio es un solo precio.

TABLA N°10

SERVICIOS	PRECIOS
ESTÁNDAR	$1.90

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

2.5.4 VENTAJAS COMPETITIVAS

El producto será elaborado de manera artesanal que mantendrá el sabor natural del pescado, en una presentación de fácil consumo. Se iniciara en un mercado pequeño para ir realizando mejora continua para lograr entrar en el mercado nacional.

2.5.5 ESTRATEGIAS GENÉRICAS PARA COMPETIR

Las estrategias que se emplearan para poder competir y mantenerse en el mercado serán las siguientes:

- **Estrategia de costos:** Es decir controlar los costos en los que se incurra, para que no exista un desperdicio de recursos económicos, que disminuyan la ganancia del negocio, optimizar recursos.

- **Estrategia de promoción y publicidad:** Ofrece descuentos a clientes, para que exista una fidelización de los clientes, además de que se emplearan los medios de comunicación disponibles para la difusión del servicio.

- **Estrategia de diferenciación del servicio:** Ofrecer un servicio de calidad, además de brindar un servicio el cual no se encuentra profundizado por los competidores, con personal especializado.

MODELO DE NEGOCIO

TABLA N° 11

<table>
<tr><th>Aliados estratégicos</th><th>Actividad</th><th>Propuesta de valor</th><th>Relación cliente</th><th>Segmento cliente</th></tr>
<tr><td rowspan="2">▪ Bodega de Marisco Niño Divino
▪ Sr. Diego Preciado
▪ Mercado Municipal bodega del Sr. Ramón Arteaga
▪ Coca cola
▪ Panadería Pan Pancito
▪ Che chifle del Sr.</td><td>▪ Preparación y elaboración.
▪ Comercialización y Venta de encebollado.
Recursos
▪ Cocinas , tanque de Gas
▪ Herramientas y enseres.
▪ Congeladores.
▪ Instalación Adecuada.
▪ Materia Prima.</td><td rowspan="2">▪ Ambiente Acogedor.</td><td>▪ Atención Personalizada.
▪ Base de datos para obsequiar un encebollado el día de su cumpleaños.
▪ Combos.
Distribución
▪ Comercialización Directa Personalizada.</td><td rowspan="2">Población de la ciudad de Esmeraldas personas de todas las edades.
Personas que laboran en Instituciones, y los que salen a farrear los fines de semana.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Estructura de costo
▪ Arriendo
▪ Materia prima.
▪ Mano de obra.</td><td colspan="2">Generación de ingresos
▪ Venta del producto terminado.
▪ Venta de bebidas.</td></tr>
</table>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO

3.1 ESTUDIO TÉCNICO

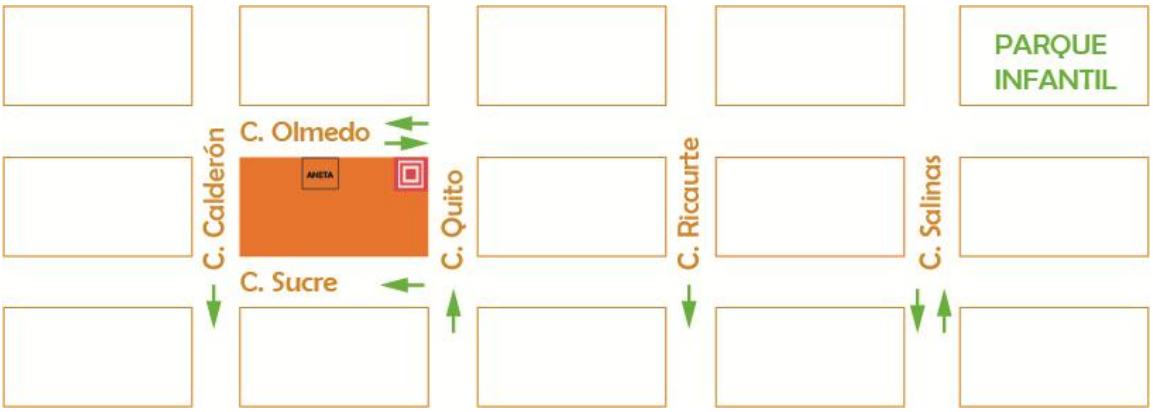
3.1.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Se puede determinar el tamaño óptimo del proyecto detectando la demanda potencial en nuestro mercado; conforme a las encuestas realizadas, se obtuvo una cantidad demanda insatisfecha que consumirán el servicio actualmente.

3.1.2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Picantería "Encebollado Girasol" está situado el centro de la ciudad de Esmeraldas, justo en la calle Quito y Olmedo esquina ya que es un lugar comercial, con un espacio amplio muy transitado y de fácil ubicación, se trata de un local alquilado.

GRÁFICO N° 6



Fuente: Investigación directa

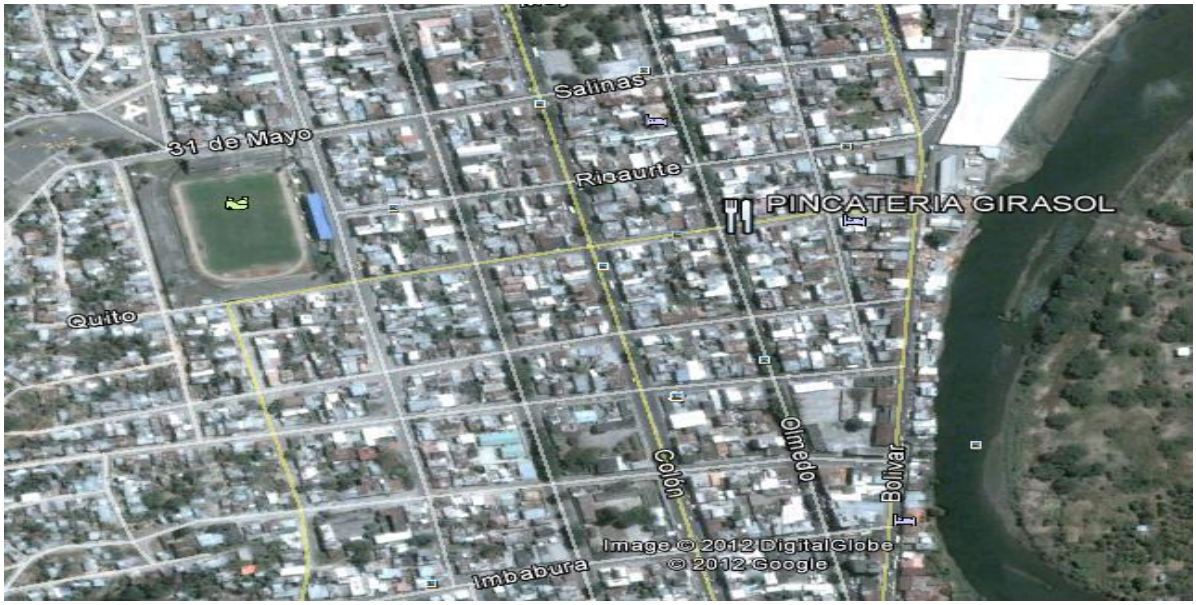
Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

3.1.2.1. MICRO LOCALIZACIÒN

Picantería Girasol se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Esmeraldas, en la avenida José Joaquín de Olmedo y la calle Quito esquina a dos cuadras del parque Luis Vargas Torres (INFANTIL)

3.1.2.2. MACRO LOCALIZACIÒN

GRÁFICO N° 7



Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2.1 DISEÑO DEL PRODUCTO

La picantería producirá encebollado de pescado con

- Ingredientes frescos y naturales
- 100% Natural
- Mantiene todo el sabor de los ingredientes
- Sin conservantes ni colorantes

3.2.1.1 DISEÑO DEL SERVICIO O PRODUCTO

GRÁFICO N° 8



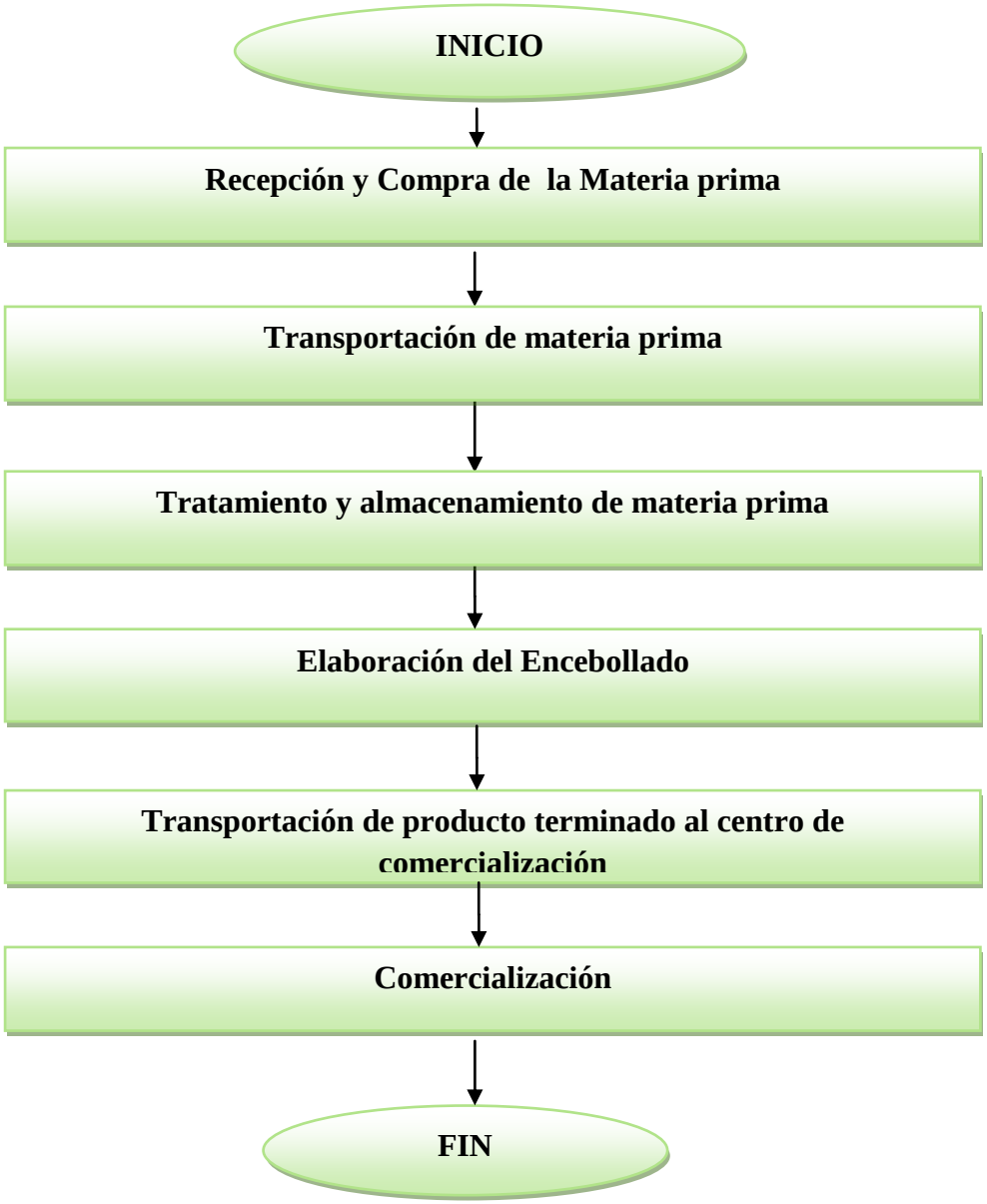
3.2.2 DISEÑO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

DIAGRAMAS Y MANUALES DE PROCEDIMIENTO

EL PROCESO GENERAL

GRÁFICO N° 9

DIAGRAMA DE BLOQUE



3.2.2.1 MANUAL GENERAL DE PROCEDIMIENTOS

1. **Recepción y compra de la materia prima:** El pescado será comprado a los pescadores del sector este tendrá que encontrarse en estado natural, con un punto adecuado.

2. **Tratamiento de la materia prima:** El pescado pasara a ser lavado y tratado, para su conservación en el tiempo.

3. **Almacenamiento de la materia prima:** El pescado se lo guardará en congeladores para su conservación.

4. **Compra y almacenamiento:** Para la producción otro ingrediente primordial es la yuca, el limón la chillangua el culantro para ella la empresa debe abastecerse de este producto.

5. **Distribución de la materia prima e insumos:** Se distribuirá según los requerimientos del área de producción y en el momento que inicie el proceso.

6. **Transportación del producto al centro de comercialización:** Todo la producción se la transportará al punto donde se va a comercializar el producto.

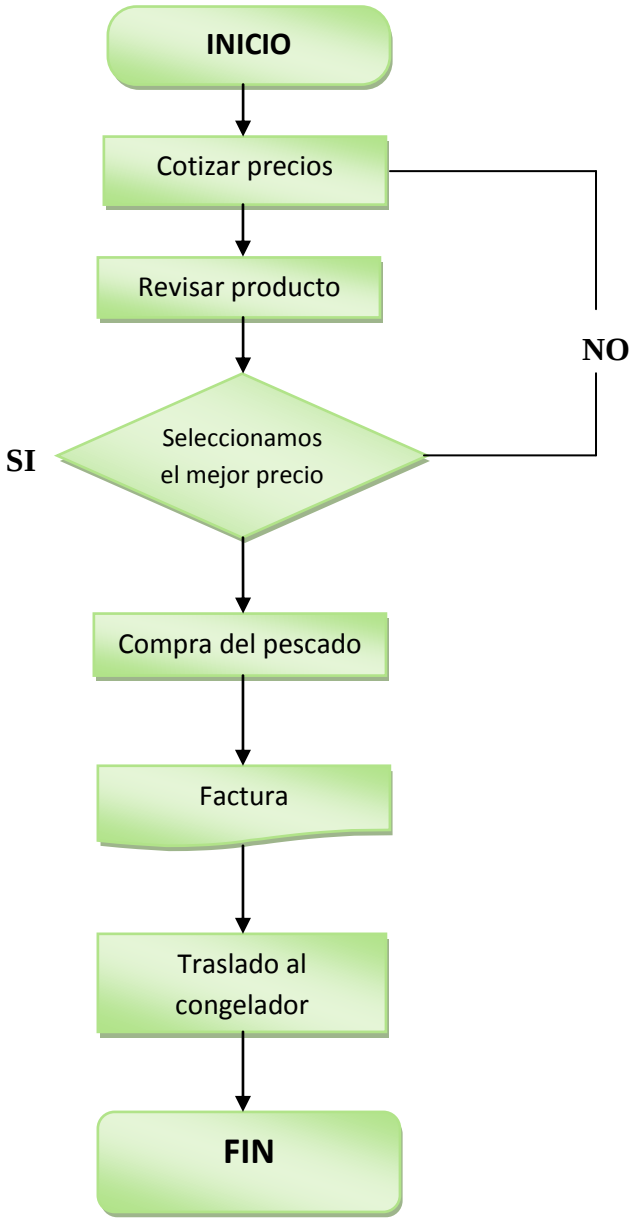
7. **Comercialización:** El personal de ventas comercializara el producto al Consumidor final que son los clientes.

3.2.2.2 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO

LOGISTICA DE ENTRADA

ADQUISICION DE PESCADO

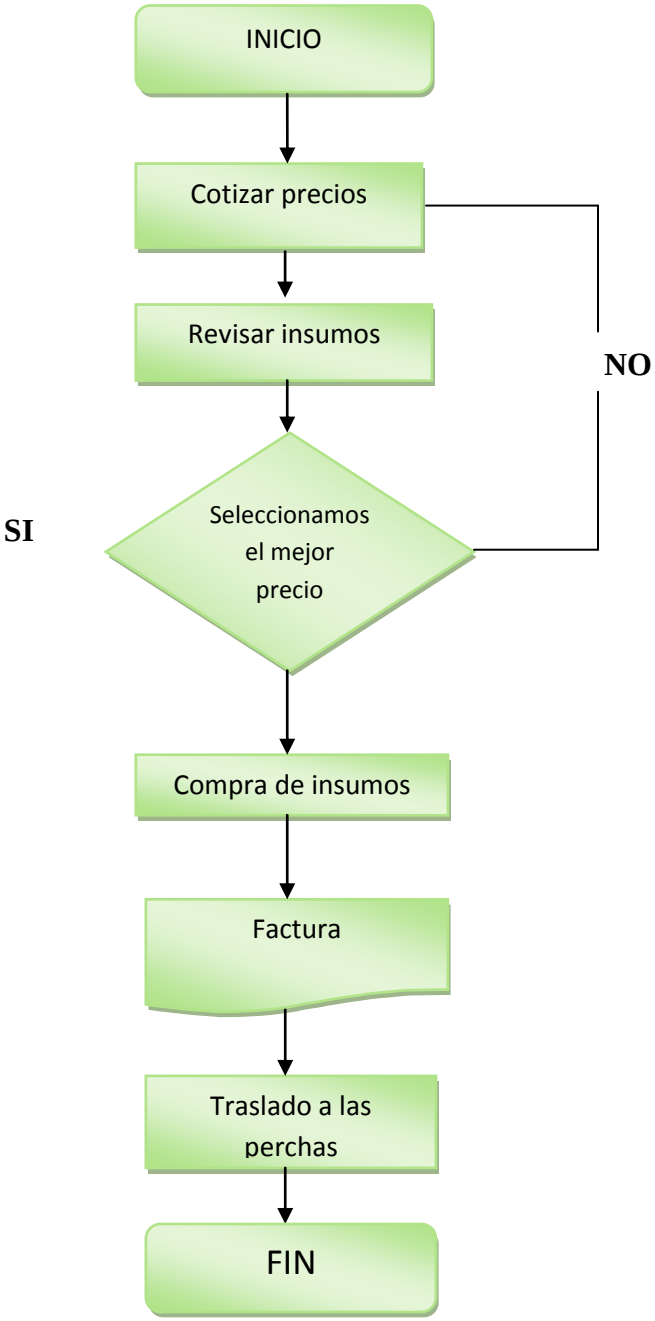
GRÁFICO N° 10



LOGISTICA DE ENTRADA

ADQUISICION DE INSUMOS

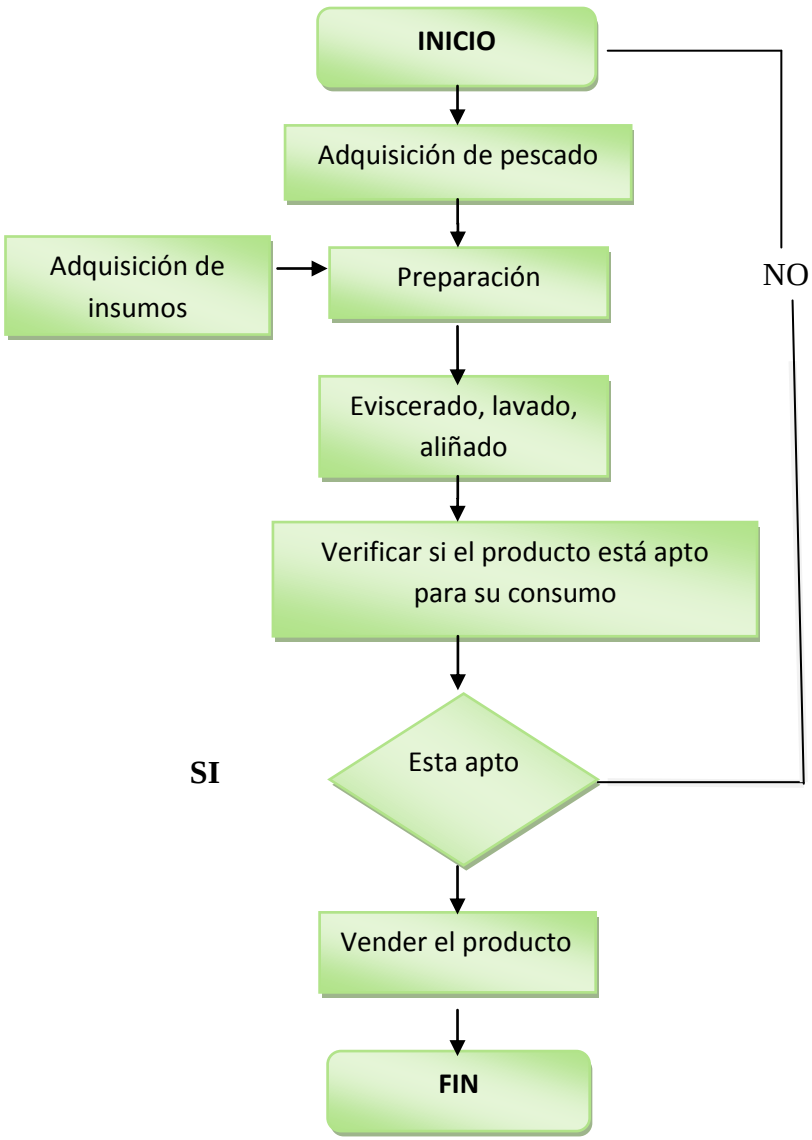
GRÁFICO N° 11



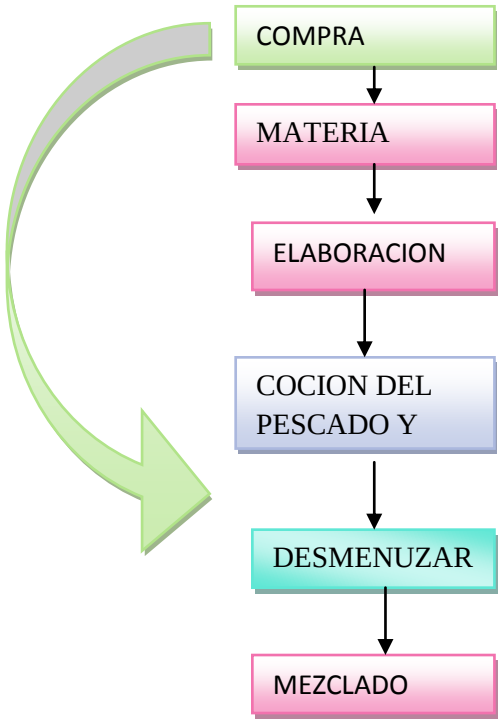
PRODUCCION

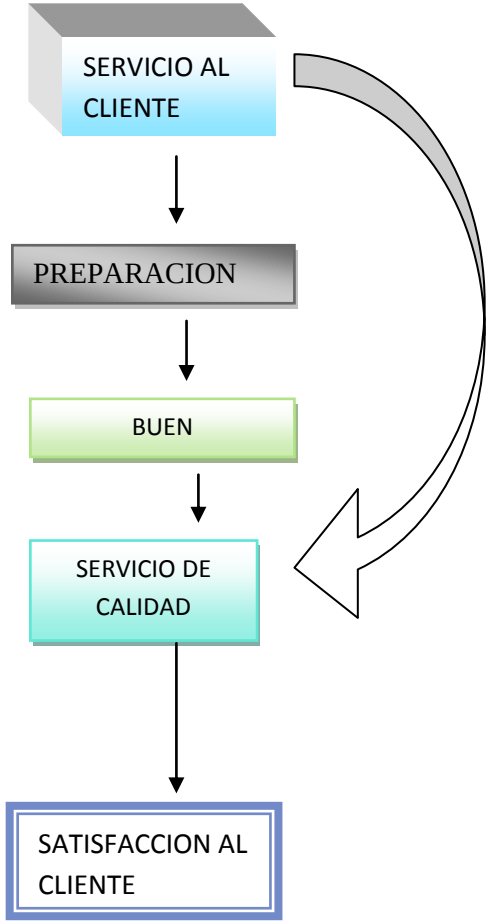
REALIZACION DEL PRODUCTO

GRÁFICO N° 12



3.2.2.3 PROCESO DEL SERVICIO O PRODUCTO.





3.2.3 REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

3.2.3.1 REQUERIMIENTOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO O PARA LA PRODUCCIÓN

TABLA N° 12

PRODUCTOS	MODO DE COMPRA	UNIDADES A UTILIZAR diario	CANTIDAD MENSUAL
PESCADO	LIBRAS	50	1500
YUCA	LIBRAS	20	600
LIMON	UNIDAD	100	3000
CHILLANGUA	PAQUETE	3,5	105
YERBITA	PAQUETE	1	30
CEBOLLA COLORADA	LIBRAS	4	120
SAL	FUNDA	0,25	7,5
CUBITO MAGGI	UNIDAD	1	30
CEBOLLA BLANCA	ATADO	1	30
AJO	LIBRAS	0,5	15
ACHIOTE	LIBRA	0,5	15
PIMIENTO	UNIDAD	7	210
PIMIENTA	PAQUETE	0,5	15
			COSTOS DIR
SALSA DE TOMATE	GALON	0,5	15
MOSTAZA	GALON	0,33	9,9
ACEITE	LITRO	0,5	15
PRODUCTOS	**MODO DE COMPRA**	**CANTIDAD MENSUAL**	
ENCEBOLLADO		2100	
CHIFLE	UNIDADES	1500	
PAN	UNIDADES	600	
GASEOSA MINI	UNIDADES	720	
GASEOSA MEDIANA	UNIDADES	720	
TARRINA	UNIDADES	750	

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

TABLA N° 13

	MAQUINARIAS Y EQUIPOS
CANTIDAD	**DESCRIPCION**
2	Cocina
1	Congelador Antiguo
1	Congelador Nuevo
6	Cilindro de gas

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

REQUERIMIENTOS DE MUEBLES Y ENSERES

TABLA N° 14

	MUEBLES Y ENSERES
CANTIDAD	**DESCRIPCION**
1	Escritorio y Sillón
8	Mesas
32	Sillas
1	Vitrina Mostrador

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE OFICINA

TABLA N° 15

	EQUIPOS DE OFICINA
CANTIDAD	**DESCRIPCION**
1	Televisor
1	Calculadora
2	Ventilador
1	Aire Acondicionado
1	Teléfono

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

REQUERIMIENTOS DE MENAJE DE COCINA

TABLA N° 16

	MENAJE DE COCINA
CANTIDAD	**DESCRIPCION**
5	Ollas Industriales
70	Platos
50	Cucharas
8	Cuchillo de Cocina

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

SUMINISTRO DE LIMPIEZA

TABLA N° 17

	SUMINISTROS DE LIMPIEZA
CANTIDAD	DESCRIPCION
4	Desinfectante
4	Cloro (litro)
2	Jabon de Tocador
4	Papel Higiénico
16	Lustre de Ollas
4	Lava Platos
4	Escobas
8	Franela
3	Trapeadores
4	Tarros de Basura
2	Palas de Basura
12	Guantes

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

SUMINISTRO DE OFICINA

TABLA N° 18

	SUMINISTROS DE OFICINA
CANTIDAD	DESCRIPCION
3	Esferos
1	Cuadernos
1	Archivador Folder

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BASICOS

TABLA N° 19

SERVICIOS BASICOS			
DETALLE	**UNIDADES**	**SECTOR**	**CANTIDAD MENSUAL**
Energía Eléctrica	Kilovatio / hora	Comercial	438
Agua	Metro cúbico	Comercial	56
Teléfono	Minuto	Comercial	200

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

REQUERIMIENTOS DE ARRIENDO DE LOCAL COMERCIAL

TABLA N° 20

ARRIENDO DEL LOCAL COMERCIAL		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD MENSUAL**
Arriendo de local comercial	Unidad	1

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD

TABLA N° 21

PUBLICIDAD		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD MENSUAL**
Publicidad televisiva	Unidad	1

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

REQUERIMIENTO DE PERSONAL

TABLA N° 22

CAPITAL HUMANO	
DETALLE	**N. PERSONAS**
Administrativo	
Gerente General	1
Operativo	
Cocineros	2
Meseros	2

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

3.2.4 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL Y ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA

3.2.4.1 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

Nivel: primero

Puesto: Gerente Propietario

Misión del Puesto: Propietario: Propietario del local con horario de trabajo abierto, quien como administrador será el responsable de velar por el buen desempeño de la picantería evaluar el desempeño y llevar un inventario del Talento Humano que labora en la microempresa.

Hora desde las 5: am hasta las 2: pm

Nivel: Primero

Puesto: Jefe de cocina

Misión del Puesto : Jefe de cocina: Responsable de la producción diaria: mismo será responsable de cumplir y hacer cumplir los objetivos de la picantería, verificar y solicitar los materiales e insumos que se requieren para la producción a fin de evitar retrasos, investigar y planificar posibles mejoras, innovaciones concernientes al giro del negocio de la picantería.

Hora desde las 5: am hasta las 7: am

Nivel: Segundo

Puesto: Asistente de cocina

Misión del puesto: Asistente de cocina: Que intervendrá en la producción a las órdenes del cocinero.

Hora desde las 7: pm hasta las 9: pm

Nivel: Primero y Segundo

Puesto: I y II Meseros

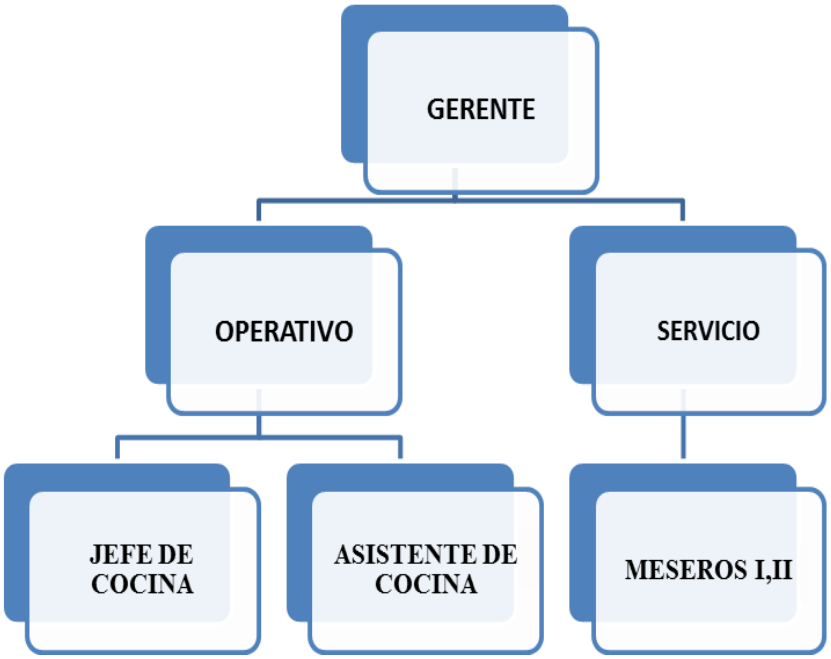
Misión del puesto: Meseros(as): que se encargarán del bienestar del cliente dentro del local y la limpieza del mismo, además sus funciones primordiales que serán las de servir las comidas a la mesa de los clientes, encargado de la

limpieza interna, y externa limpieza de elementos de cocina y salón, cuidado de los bienes.

Hora desde las 7: pm hasta las 12: pm

3.2.4.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRÁFICO N°13



3.2.5 RAZÓN, LOGOTIPO DE LA EMPRESA Y SLOGAN

Siendo la razón social una parte fundamental para poder constituir legalmente la compañía, y el logotipo de la empresa la manera en que nuestros clientes nos pueden identificar, es importante que se definan ambas cosas. Es por ello que se ha decidido que como razón social y logotipo de la empresa se tengan los siguientes:

RAZÓN SOCIAL: ‘‘PICANTERIA “ENCEBOLLADO GIRASOL”

LOGO TIPO DE LA EMPRESA:

GRÁFICO N°14



3.2.6 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

3.2.6.1 MISIÓN

Brindar a nuestros clientes encebollados de alta calidad con controles de seguridad e higienes en una presentación de fácil preparación para su consumo final.

3.2.6.2 VISIÓN

Ser una Picantería organizada y sostenible, altamente competitiva incrementando la participación en el mercado con un producto de calidad, generadora de bienestar con la población.

3.2.6.3 OBJETIVOS

3.2.6.3.1 OBJETIVOS GENERALES

- Capacitar en cursos de atención al cliente, comercialización y ventas al personal administrativo y operativo para que puedan realizar de manera eficiente su trabajo y brindar un servicio de calidad.

- Reducir los costos mediante el no desperdicio de los recursos materiales con los que cuenta la empresa.

- Dar a conocer a la empresa dentro del ámbito local para que se posicione y sea reconocida en el medio.

- Ofrecer un buen servicio a diferentes preci

- os para poder de esta forma captar un mayor mercado.

3.2.7 ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

3.2.7.1 CONSTITUCIÓN

Con los nuevos cambios estará legalmente constituida y una vez que se ha decidido que la misma sea una compañía limitada, a continuación se muestran los requisitos para que una organización pueda ser considerada de este tipo.

3.2.7.1.1 COMPANIAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

3.2.7.1.1.1 REQUISITOS:

EL NOMBRE.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala**,** Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008).
Las denominaciones sociales se rigen por los principios de "propiedad" y de "inconfundibilidad" o "peculiaridad". (Art. 16 LC).

El "principio de propiedad" consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El "principio de inconfundibilidad o peculiaridad" consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

SOLICITUD DE APROBACIÓN - La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

SOCIOS

CAPACIDAD.- Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías

NÚMEROS MÍNIMOS Y MÁXIMOS DE SOCIOS

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

CAPITAL MÍNIMOS.- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato.

Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de

dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001 El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

PARTICIPACIONES.- Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

EL OBJETO SOCIAL.-La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

Cabe indicar que además para implementar este proyecto debemos acercarnos a la Cámara de Comercio para afiliarnos, al Municipio de la Ciudad para obtener el permiso de funcionamiento al Servicio de Rentas Internas para obtener el correspondiente RUC, y al cuerpo de bomberos para obtener el correspondiente permiso del cuerpo de bomberos. Para poder realizar todo lo anteriormente dicho se deben cumplir con los siguientes requisitos:

3.2.7.1.2. CÁMARA DE COMERCIO

Los requisitos para afiliar a una empresa con personería jurídica en la ciudad de Esmeraldas son los siguientes:
Copia de resolución de la Superintendencia de Compañías.

- Llenado de Solicitud de afiliación.
- Copia de la Escritura de la Compañía.
- Copia de nombramiento del representante legal.
- Copia de cedula de identidad.
- Dos fotos tamaños carnet.
- Copia del Ruc.

3.2.7.1.3 PERMISOS MUNICIPALES

Se debe asistir a esta institución con la finalidad que otorgue el permiso de funcionamiento, para lo cual se debe presentar:

- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC.
- Copia de cédula del representante legal.
- Papel de votación del representante legal.

3.2.7.1.4 SERVICIOS DE RENTAS INTERNAS.

Para que la empresa pueda obtener el RUC, y sabiendo que la misma es considerada como una sociedad y se encontrará bajo el control de la Superintendencia de Compañías, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.

- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia a color de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción; u,
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- Original y copia del contrato de arrendamiento.

3.2.7.1.5 PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Se deberán presentar los siguientes documentos:

- 2 copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Copia del papel de votación del representante legal.
- 2 copias del RUC.
- Previa inspección del local.

3.2.7.2 ASPECTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESA

3.2.7.2.1 SISTEMA TRIBUTARIO Y LEGAL

Obligaciones tributarias

Puesto que la organización que esta creada será una compañía limitada y por lo tanto será considerada como una sociedad de tipo privado, se ha podido conocer que las obligaciones tributarias que este tipo de empresas contraen son las siguientes:

- Declaración mensual de IVA.
- Declaración de Retenciones en la fuente.

- Declaración de Impuesto a la Renta anual.
- Presentación de Anexo Transaccional.

Además se debe conocer que según la Ley Orgánica de Régimen Municipal se debe cancelar las respectivas patentes municipales, la cual se establecerá en función del capital en giro, la localización, y el tamaño del negocio; cabe indicar que según la Ley de Control Tributario y Financiero toda organización está obligada a pagar un impuesto anual sobre el 1.5 por mil de los activos totales de la empresa en el Municipio respectivo.

Posteriormente, se deberá pagar el recargo del 12% del IVA, por la compra de materiales, utensilios e insumos que se requieran para desempeñar las funciones, ya que éstos no son productos de primera necesidad.

3.2.7.2.2 CONTRATACIÓN LABORAL

Leyes que regulan la contratación laboral

Las leyes que regulan la contratación del personal, y todas las obligaciones que conlleva para con el empleador la contratación del mismo están estipuladas dentro del código de trabajo ecuatoriano

3.2.7.2.3 OBLIGACIONES PATRONALES EN CASO DE ACCIDENTES LABORALES

Según el código de trabajo todo empleado tiene derecho a indemnización por accidentes y enfermedades causadas por su trabajo, puesto que la empresa "PICANTERIA ENCEBOLLADO GIRASOL CIA LTDA" afiliará a sus empleados al IEES se generará el derecho al otorgamiento de pensiones por accidentes de trabajo y enfermedad profesional.

En los casos de generarse derecho al otorgamiento de pensiones por accidente de trabajo o enfermedad profesional, hay responsabilidad patronal cuando:

- El empleador no inscribió al trabajador ni pagó aportes al IESS antes de la ocurrencia del siniestro;

- El empleador se encuentra en mora en el pago de aportes al momento del accidente de trabajo o al momento de la calificación de la enfermedad profesional o del cese provocado por ésta;

- El empleador por sí o por interpuesta persona, no comunicó al IESS el siniestro, dentro de los 10 día laborables contados a partir de la fecha del accidente de trabajo o del diagnóstico de presunción inicial de la enfermedad profesional;

- Si a consecuencia de las investigaciones realizadas por la unidades de Riesgos del Trabajo, se determina que el accidente de trabajo o enfermedad profesional ha sido causada por incumplimiento y/o inobservancia de las normas sobre prevención de riesgos de trabajo, aún cuando este al día en el pago de aportes.

- Los aportes correspondientes a uno de los 12 meses de aportación, anteriores a la fecha del siniestro, fueron pagados con una extemporaneidad mayor de 3 meses.

3.2.7.2.4 POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTO

POLÍTICAS

La organización contará con Políticas que regule el comportamiento de los empleados y por consiguiente se obtenga un excelente clima organizacional:

- Todo el personal de la organización deberá presentarse diariamente a sus labores, según el horario de trabajo establecido.

- Todo el personal deberá estar debidamente uniformado y pulcro.

- La organización funcionará de lunes a domingo en el horario de 7h00 am a 13h00 pm.

- Todos los empleados deben hacer su entrada según el programa de horario en la empresa, teniendo un periodo de 10 minutos como máximo para que no se les considere atraso, si por alguna causa no pueden llegar deberán avisar y la razón deberá ser justificada.

- Deberán mantener limpio y en buen estado sus lugares de trabajo.

- Cada vez que algún empleado deba salir del local, deberá notificar.

- El equipo con el que labora cada empleado es responsabilidad suya por lo que deberá cuidarlo y mantenerlo en buenas condiciones.

- La última persona que salga de las instalaciones es responsable de cerrar y apagar las luces.

- Se deberá cuidar el comportamiento (vocabulario, vestido, etc.) dentro de la organización.

- Debe existir un ambiente cordial de trabajo, por lo que en caso de haber algún mal entendido, se debe aclarar inmediatamente, ya sea entre los involucrados o con la intervención de un superior.

- Todo aquello que no está en este reglamento y que pudiera generar dudas o conflictos, deberá ser tratado directamente con el gerente.

PROCEDIMIENTOS

La empresa contará con ciertos procedimientos que rigen la relación con las distintas áreas de la empresa:

- **Pagos Menores:**

  La organización contará con una cantidad de dinero para financiar los gastos que se deriven de alguna emergencia.

- **Solicitud de Orden de Compra:**

  Cuando se requiera de materiales, equipos o accesorios, etc.; la persona interesada deberá solicitar la compra a través de una solicitud, en la cual deberá indicarse la fecha, el nombre del solicitante y él, o los artículos requeridos, además de la(s) firma(s) de autorización.

- **Contratación de Personal:**

  Un adecuado capital humano es imprescindible para el buen funcionamiento del negocio, por lo tanto es necesario dictar un procedimiento para que las contrataciones se hagan de una manera apropiada.

Una vez que se tiene conocimiento de que una persona dejará de laborar en el negocio, el gerente deberá reclutar candidatos de acuerdo al puesto a cubrir, y los requisitos indispensables que deberá cumplir.

- El gerente procederá a entrevistarlos y en relación al cumplimiento de los requisitos previamente establecidos, aplicando su criterio deberá elegir a uno. En caso de que ninguno cubra satisfactoriamente el puesto se procederá hacer otro reclutamiento.

- Una vez elegida la persona se entrevistará con el gerente para que conozca un poco más respecto a la cultura y objetivos organizacionales, posteriormente se procederá al arreglo de los documentos y firma del contrato temporal.

- Al inicio de sus labores se le dará una pequeña inducción.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ECONÓMICO

4.1. DETERMINACIÓN DE COSTOS TOTALES

4.1.1 COSTO DEL PRODUCTO

TABLA N° 23

PRODUCTOS	MODO DE COMPRA	PRECIO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	TOTAL	CANTIDAD MENSUAL	TOTAL
PESCADO	LIBRAS	1,00	50	50,00	1500	**1.500,00**
YUCA	LIBRAS	0,25	20	5,00	600	**150,00**
LIMON	UNIDAD	0,03	100	2,50	3000	**75,00**
CHILLANGUA	PAQUETE	0,25	3,5	0,88	105	**26,25**
HIERBITA	PAQUETE	1,00	1	1,00	30	**30,00**
CEBOLLA COLORADA	LIBRAS	0,50	4	2,00	120	**60,00**
SAL	FUNDA	0,75	0,25	0,19	7,5	**5,63**
CUBITO MAGGI	UNIDAD	2,25	1	2,25	30	**67,50**
CEBOLLA BLANCA	ATADO	1,25	1	1,25	30	**37,50**
AJO	LIBRAS	1,50	0,5	0,75	15	**22,50**
ACHIOTE	LIBRA	2,50	0,5	1,25	15	**37,50**
PIMIENTO	UNIDAD	0,10	7	0,70	210	**21,00**
PIMIENTA	PAQUETE	1,25	0,5	0,63	15	**18,75**
		COSTO DE PRODUCCION		68,39		**2.051,63**
		70 PLATOS		0,98		
		SERVILLETA		0,003		
		VALOR POR PLATO		**0,980**		

COSTOS INDIRECTOS

PRODUCTOS	MODO DE COMPRA	PRECIO UNITARIO	UNIDADES A UTILIZAR	TOTAL	CANTIDAD MENSUAL	TOTAL
SALSA DE TOMATE	GALON	2,75	0,5	1,38	15	**41,25**
MOSTAZA	GALON	10,5	0,33	3,47	9,9	**103,95**
ACEITE	LITRO	2,25	0,5	1,13	15	**33,75**
CHIFLE	UNIDAD	0,2	1	0,20	70	**420,00**
GAS	BOTELLA	1,75	0,50	0,88	15	**26,25**
				7,04		
		70 PLATOS		**0,101**		**2.676,83**
		COSTO DE PRODUCCION PLATO		**1,081**		

PROYECCION DE INGRESOS Y COSTOS

PRODUCTOS	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL	VENTA TOTAL	
ENCEBOLLADO	2100	1,081	1,90	2.676,83	3.990,00	
CHIFLE	1500	0,20	0,30	300,00	450,00	
PAN	600	0,10	0,15	60,00	90,00	
GASEOSA MINI	720	0,22	0,35	158,40	252,00	
GASEOSA MEDIANA	720	0,35	0,60	252,00	432,00	
TARRINA	750	0,06	0,20	45,00	150,00	
TOTAL		2,01		**3.492,23**	**5.364,00**	**1,66**

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

Fuente; Investigación Directo

4.1.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

TABLA N° 24

RESUMEN DE GASTOS MENSUALES ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	
DESCRIPCION	**VALOR**
Sueldos	350,00
Luz	35,04
Agua	20,16
Teléfono	20,00
Décimo Tercero	29,17
Décimo Cuarto	24,33
Depreciación de Activos Fijos	38,06
Servicios Bancarios	5,00
Publicidad	50,00
Alquiler del Local	350,00
Aporte Patronal	42,53
TOTAL GASTOS MENSUALES	**964,29**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

TABLA N° 25

RESUMEN DE COSTOS PRODUCCION	
DESCRIPCION	**VALOR**
Sueldos Directos	652,00
Aportes Patronales	79,22
Materia Prima	3.492,23
Décimo Tercero	54,33
Décimo Cuarto	97,33
Utiles de aseo y Limpieza	56,00
Manten. De Maquinarias y equipos	20,00
Pasajes y Fletes	50,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	**4.501,11**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.1.3. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

TABLA N° 26

Permisos de vías públicas	120,00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	25,00
Permiso de Funcionamiento	29,50
Patentes	15,00
Jefatura de Salud	30,00
Permiso Intend. Policia	18,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	**237,50**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.1.4 GASTOS FINANCIEROS

TABLA N° 27

METODO		**CUOTA FIJA**		**12**
CAPITAL	**16.549,19**	**PAGO CADA**	**1**	**MESES**
TASA DE INTERES ANUAL		**11,20%**	**PERIODOS**	**60**
PLAZO		**5**	**AÑOS**	
PAGOS ANUALES		**12**		
INTERES	**0,93%**	**PAGO PERIODICO**		**361,47**

4.1.5 DETALLE DE REQUERIMIENTOS

4.1.5.1 COSTOS DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

TABLA N° 28

	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
CANTIDAD	**DESCRIPCION**	**P.U.**	**TOTAL**
2	Cocina	120,00	240,00
1	Congelador Antiguo	800,00	800,00
1	Congelador Nuevo	1.200,00	1.200,00
6	Cilindro de gas	50,00	300,00
			2.540,00

Fuentes: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.1.5 .2 COSTOS DE MUEBLES Y ENSERES

TABLA N° 29

CANTIDAD	**DESCRIPCION**	**P.U.**	**TOTAL**
1	Escritorio y Sillón	249,00	249,00
8	Mesas	34,99	279,92
32	Sillas	12,55	401,60
1	Mostrador	200,00	200,00
	TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES		**1.130,52**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.1.5. 3 COSTOS DE MATERIALES

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

TABLA N° 30

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
4	Desinfectante	2,43	9,72
4	Cloro (litro)	2,04	8,16
2	Jabón de Tocador	2,80	5,60
4	Papel Higiénico	1,00	4,00
16	Lustre de Ollas	0,50	8,00
4	Lava Platos	0,50	2,00
4	Escobas	2,00	8,00
8	Franela	1,00	8,00
3	Trapeadores	3,25	9,75
4	Tarros de Basura	4,55	18,20
2	Palas de Basura	8,97	17,94
12	Guantes	1,80	21,60
	TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		**120,97**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

SUMINISTROS DE OFICINA

TABLA N° 31

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
3	Esferos	0,30	0,90
1	Cuadernos	1,30	1,30
1	Archivador Folder	4,50	4,50
	TOTAL DE SUMINISTROS DE OFICINA		**6,70**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.1.5.4 COSTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVOS

TABLA N° 32

PERSONAL ADMINISTRATIVO

PRIMER AÑO											
	sueldo básico	292,00									
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO			APORTE PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	Gerente	350,00		350,00	29,17	24,33			42,53	**96,03**	**446,03**
				0,00	0,00	0,00			0,00	**0,00**	**0,00**
				0,00	0,00	0,00			0,00	**0,00**	**0,00**
				0,00	0,00	0,00			0,00	**0,00**	**0,00**
				0,00	0,00	0,00			0,00	**0,00**	**0,00**
1	**TOTAL**	**350,00**	**0,00**	**350,00**	**29,17**	**24,33**	**0,00**	**0,00**	**42,53**	**96,03**	**446,03**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.1.5.5 COSTOS DE PERSONAL OPERATIVO

TABLA N° 33

PERSONAL OPERATIVO

PRIMER AÑO											
		292									
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERACUNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO			APORTE PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
2	Cocineros	180,00		360,00	30,00	48,67			43,74	**122,41**	**482,41**
2	Meseros	146,00		292,00	24,33	48,67			35,48	**108,48**	**400,48**
					0,00	0,00			0,00	**0,00**	**0,00**
					0,00	0,00			0,00	**0,00**	**0,00**
				0,00	0,00	0,00			0,00	**0,00**	**0,00**
4	**TOTAL**	**326,00**	**0,00**	**652,00**	**54,33**	**97,33**	**0,00**	**0,00**	**79,22**	**230,88**	**882,88**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.1.5.6 COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS

TABLA N° 34

COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCION	**VALOR**
Luz	35,04
Agua	20,16
Teléfono	20,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	**75.20**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.1.5.7 COSTO DE ARRIENDO

TABLA N° 35

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	ALQUILER	350,00	350,00
	TOTAL EDIFICACIONES		**350,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.2 RESUMEN DE INVERSIÓN

TABLA N° 36

RESUMEN DE INVERSION			
RUBROS	**CANT.**	**VALOR**	**TOTAL**
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1	2.540,00	2.540,00
MUEBLES Y ENSERES	1	1.130,52	1.130,52
EQUIPOS DE OFICINA	1	1.404,38	1.404,38
MENAJE DE COCINA	1	357,00	357,00
GASTOS ADM Y DE VTAS	3	964,29	2.892,86
COSTOS DE PRODUCCION	3	4.501,11	13.503,33
GASTOS DE CONSTITUCION	1	237,50	237,50
TOTAL DEL RESUMEN DE LA INVERSION		10.897,30	22.065,59

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

INVERSIÓN TOTAL		**22.065,59**
CAPITAL PROPIO		**5.669,40**
CAPITAL AJENO		**16.396,19**

Según el estudio económico-financiero podemos concluir que este proyecto es factible ya que podemos recuperar lo invertido antes de los años previstos.

4.3 ESTADO DE SITUACION INICIAL

TABLA N° 37

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		**PASIVO CORRIENTE**	
Bancos	**16.396,19**	Préstamos Bancarios por Pagar C/P	2.615,73
		TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**2.615,73**
		PASIVOS NO CORRIENTES	
		Préstamos Bancarios por Pagar L/P	13.933,46
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**16.396,19**	**TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE**	**13.933,46**
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)		**TOTAL PASIVOS**	**16.549,19**
	-	**PATRIMONIO**	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	2.540,00	Capital Social	5.516,40
MUEBLES Y ENSERES	1.130,52		
EQUIPOS DE OFICINA	1.404,38		
MENAJE DE COCINA	357,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**5.431,90**	**TOTAL PATRIMONIO**	**5.516,40**
OTROS ACTIVOS			
Gasto de Constitución	237,50	**PASIVO MAS PATRIMONIO**	
TOTAL OTROS ACTIVOS	**237,50**		
TOTAL ACTIVO	**22.065,59**		**22.065,59**

4.4 DEPRECIACIONES

TABLA N° 38

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBE DEL ACTIVO	**VIDA UTIL EN AÑOS**	**COSTO DEL ACTIVO**	**DEPRECIACION MENSUAL**	**DEPRECIACION ANUAL**	**VALOR RESIDUAL**
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10	2.540,00	19,05	228,60	254,00
MUEBLES Y ENSERES	10	1.130,52	8,48	101,75	113,05
EQUIPOS DE OFICINA	10	1.404,38	10,53	126,39	140,44
TOTAL		**5.074,90**	**38,06**	**456,74**	**507,49**

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Marcillo Cifuentes Marjorie

4.5 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

4.5.1 REQUISITOS PARA CRÉDITO

Se decidió realizar un crédito en el Banco Nacional de Fomento el cual tiene una tasa de interés activa para créditos productivos de 11,20% y la tasa de interés pasiva de 0,94%.

REQUISITOS PARA PERSONAS JURÍDICAS

- Solicitud de crédito y declaración de situación financiera firmada por el Representante Legal.
- Fotocopia de la Cedula de Identidad del Presidente y del Representante legal.

- Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias actualizados presentados en la Superintendencia de Compañías de los tres últimos años, incluye corte de año en curso, firmados por el Representante Legal y el Contador.
- Certificado de nómina de accionistas otorgado por la Superintendencia de Compañías.
- Declaración del Impuesto a la Renta presentado al SRI de los tres últimos años (según el caso).
- Fotocopia del Registro Único Contribuyente (RUC).
- Escrituras de Constitución de la Empresa.
- Informe de Auditores Externos con corte al último año, de ser el caso.
- Escrituras de aumento de capital, si lo tiene.
- Nombramiento de Presidente y Gerente General (Representante Legal).
- Acta de autorización del Directorio de la empresa para endeudamiento con el BNF, de ser pertinente.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales concedido por el IESS.
- Referencias comerciales, bancarias y de proveedores.
- Prestamos sobre los USD$100.000 estudio de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar con el préstamo.
- Facturas proformas de las inversiones a realizar con el préstamo.
- Copia del comprobante de pago de servicios básicos: luz, agua o teléfono, o un documento que permita la verificación del domicilio de la compañía.
- Permisos de funcionamiento y/o Medio Ambiente.
- Mantener activa una cuenta corriente o de ahorros en el BNF.

4.6 TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA N° 39

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	16.549,19	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		11,20%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	0,93%	PAGO PERIODICO		361,47

PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				16.549,19
1	361,47	154,46	207,01	16.342,18
2	361,47	152,53	208,95	16.133,23
3	361,47	150,58	210,90	15.922,34
4	361,47	148,61	212,86	15.709,47
5	361,47	146,62	214,85	15.494,62
6	361,47	144,62	216,86	15.277,77
7	361,47	142,59	218,88	15.058,89
8	361,47	140,55	220,92	14.837,96
9	361,47	138,49	222,98	14.614,98
10	361,47	136,41	225,07	14.389,91
11	361,47	134,31	227,17	14.162,75
12	361,47	132,19	229,29	13.933,46
TOTAL	4.337,67	1.721,94	2.615,73	
13	361,47	130,05	231,43	13.702,03
14	361,47	127,89	233,59	13.468,45
15	361,47	125,71	235,77	13.232,68
16	361,47	123,51	237,97	12.994,71
17	361,47	121,28	240,19	12.754,52
18	361,47	119,04	242,43	12.512,09
19	361,47	116,78	244,69	12.267,40
20	361,47	114,50	246,98	12.020,43
21	361,47	112,19	249,28	11.771,14
22	361,47	109,86	251,61	11.519,54
23	361,47	107,52	253,96	11.265,58
24	361,47	105,15	256,33	11.009,25
TOTAL	4.337,67	1.413,46	2.924,21	
25	361,47	102,75	258,72	10.750,53
26	361,47	100,34	261,13	10.489,40
27	361,47	97,90	263,57	10.225,83
28	361,47	95,44	266,03	9.959,80
29	361,47	92,96	268,51	9.691,28
30	361,47	90,45	271,02	9.420,26
31	361,47	87,92	273,55	9.146,71
32	361,47	85,37	276,10	8.870,61
33	361,47	82,79	278,68	8.591,93
34	361,47	80,19	281,28	8.310,6

35	361,47	77,57	283,91	8.026,74
36	361,47	74,92	286,56	7.740,18
TOTAL	**4.337,67**	**1.068,60**	**3.269,07**	
37	361,47	72,24	289,23	7.450,95
38	361,47	69,54	291,93	7.159,02
39	361,47	66,82	294,65	6.864,37
40	361,47	64,07	297,40	6.566,96
41	361,47	61,29	300,18	6.266,78
42	361,47	58,49	302,98	5.963,80
43	361,47	55,66	305,81	5.657,99
44	361,47	52,81	308,66	5.349,33
45	361,47	49,93	311,55	5.037,78
46	361,47	47,02	314,45	4.723,33
47	361,47	44,08	317,39	4.405,94
48	361,47	41,12	320,35	4.085,59
TOTAL	**4.337,67**	**683,07**	**3.654,60**	
49	361,47	38,13	323,34	3.762,25
50	361,47	35,11	326,36	3.435,89
51	361,47	32,07	329,40	3.106,49
52	361,47	28,99	332,48	2.774,01
53	361,47	25,89	335,58	2.438,43
54	361,47	22,76	338,71	2.099,71
55	361,47	19,60	341,88	1.757,84
56	361,47	16,41	345,07	1.412,77
57	361,47	13,19	348,29	1.064,49
58	361,47	9,94	351,54	712,95
59	361,47	6,65	354,82	358,13
60	361,47	3,34	358,13	0,00
TOTAL	**4.337,67**	**252,08**	**4.085,59**	

4.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA N° 40

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	350,00		350,00	4.200,00		4.200,00
Luz	35,04		35,04	420,48		420,48
Agua	20,16		20,16	241,92		241,92
Teléfono	20,00		20,00	240,00		240,00
Décimo Tercero	29,17		29,17	350,00		350,00
Décimo Cuarto	24,33		24,33	292,00		292,00
Depreciación de Activos Fijos	38,06		38,06	456,74		456,74
Servicios Bancarios	5,00		5,00	60,00		60,00
Publicidad	50,00		50,00	600,00		600,00
Alquiler del Local	350,00		350,00	4.200,00		4.200,00
Aporte Patronal	42,53					
Sueldos Directos		652,00	652,00		7.824,00	7.824,00
Aportes Patronales		79,22	79,22		950,62	950,62
Materia Prima		3.492,23	3.492,23		41.906,70	41.906,70
Décimo Tercero		54,33	54,33	-	652,00	652,00
Décimo Cuarto		97,33	97,33	-	1.168,00	1.168,00
Utiles de aseo y Limpieza		56,00	56,00	-	672,00	672,00
Manten. De Maquinarias y equipos		20,00	20,00	-	240,00	240,00
Pasajes y Fletes		50,00	50,00	-	600,00	600,00
TOTAL	**964,29**	**4.501,11**	**5.465,40**	**11.061,14**	**54.013,32**	**65.074,46**

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	**5.364,00**	**64.368,00**
COSTOS FIJOS TOTALES	**964,29**	**11.061,14**
COSTOS VARIABLES TOTALES	**4.501,11**	**54.013,32**
PUNTO DE EQUILIBRIO	**5.994,31**	**68.759,56**

Según (Váquiro, 2010) punto de equilibrio "es aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos".

CAPITULO V

5. CONSTRUCCIÓN DE FLUJOS CON FINANCIAMIENTO

5.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

5.2. FLUJO NETO PROYECTADO

TABLA N° 41

INGRESOS			VIDA UTIL DEL PROYECTO										
	AÑO 0		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas	**5.364,00**		**64.368,00**	70.804,80	77.885,28	85.673,81	94.241,19	103.665,31	114.031,84	125.435,02	137.978,52	151.776,38	**1.025.860,15**
Inversión Inicial	**22.065,59**												**22.065,59**
TOTAL INGRESOS			**64.368,00**	**70.804,80**	**77.885,28**	**85.673,81**	**94.241,19**	**103.665,31**	**114.031,84**	**125.435,02**	**137.978,52**	**151.776,38**	**1.025.860,15**
COSTO DE VENTA													-
Sueldos Directos	**652,00**		7.824,00	8.606,40	9.467,04	10.413,74	11.455,12	12.600,63	13.860,69	15.246,76	16.771,44	18.448,58	**124.694,41**
Aportes Patronales	**79,22**		950,62	1.045,68	1.150,25	1.265,27	1.391,80	1.530,98	1.684,07	1.852,48	2.037,73	2.241,50	**15.150,37**
Materia Prima	**3.492,23**		41.906,70	42.954,37	44.028,23	45.128,93	46.257,16	47.413,58	48.598,92	49.813,90	51.059,24	52.335,73	**469.496,76**
Décimo Tercero	**54,33**		652,00	717,20	788,92	867,81	954,59	1.050,05	1.155,06	1.270,56	1.397,62	1.537,38	**10.391,20**
Décimo Cuarto	**97,33**		1.168,00	1.284,80	1.413,28	1.554,61	1.710,07	1.881,08	2.069,18	2.276,10	2.503,71	2.754,08	**18.614,91**
Útiles de aseo y Limpieza	**56,00**		672,00	688,80	706,02	723,67	741,76	760,31	779,31	798,80	818,77	839,24	**7.528,67**
Manten. De Maquinarias y equipos	**20,00**		240,00	246,00	252,15	258,45	264,92	271,54	278,33	285,28	292,42	299,73	**2.688,81**
Pasajes y Fletes	**50,00**		600,00	615,00	627,30	639,85	652,64	665,70	679,01	692,59	706,44	720,57	**6.599,10**
Fondo de Reserva			-	717,20	788,92	867,81	954,59	1.050,05	1.155,06	1.270,56	1.397,62	1.537,38	**9.739,20**

TOTAL COSTO DE PRODUCCION			**54.013,32**	**55.093,58**	**56.195,45**	**57.319,36**	**58.465,75**	**59.635,07**	**60.827,77**	**62.044,32**	**63.285,21**	**64.550,91**	**591.430,74**
UTILIDAD BRUTA			**10.354,68**	**15.711,22**	**21.689,83**	**28.354,44**	**35.775,44**	**44.030,24**	**53.204,07**	**63.390,70**	**74.693,32**	**87.225,46**	**434.429,41**
GASTOS OPERACIONALES													-
Gastos de Administración													-
Sueldos	350,00		**4.200,00**	**4.620,00**	**5.082,00**	**5.590,20**	**6.149,22**	**6.764,14**	**7.440,56**	**8.184,61**	**9.003,07**	**9.903,38**	**66.937,18**
Luz	35,04		**420,48**	**433,09**	**446,09**	**459,47**	**473,25**	**487,45**	**502,08**	**517,14**	**532,65**	**548,63**	**4.820,33**
Agua	20,16		**241,92**	**249,18**	**256,65**	**264,35**	**272,28**	**280,45**	**288,87**	**297,53**	**306,46**	**315,65**	**2.773,34**
Teléfono	20,00		**240,00**	**247,20**	**254,62**	**262,25**	**270,12**	**278,23**	**286,57**	**295,17**	**304,02**	**313,15**	**2.751,33**
Décimo Tercero	29,17		**350,00**	**385,00**	**423,50**	**465,85**	**512,44**	**563,68**	**620,05**	**682,05**	**750,26**	**825,28**	**5.578,10**
Décimo Cuarto	24,33		**292,00**	**321,20**	**353,32**	**388,65**	**427,52**	**470,27**	**517,30**	**569,03**	**625,93**	**688,52**	**4.653,73**
Depreciación de Activos Fijos	38,06		**456,74**	**456,74**	**456,74**	**456,74**	**456,74**	**456,74**	**456,74**	**456,74**	**456,74**	**456,74**	**4.567,41**
Servicios Bancarios	5,00		**60,00**	**61,80**	**63,65**	**65,56**	**67,53**	**69,56**	**71,64**	**73,79**	**76,01**	**78,29**	**687,83**
Publicidad	50,00		**600,00**	**618,00**	**636,54**	**655,64**	**675,31**	**695,56**	**716,43**	**737,92**	**760,06**	**782,86**	**6.878,33**
Arriendo Local	350,00		**4.200,00**	**4.200,00**	**4.305,00**	**4.412,63**	**4.522,94**	**4.636,01**	**4.751,91**	**4.870,71**	**4.992,48**	**5.117,29**	**46.008,98**
Fondos de Reserva			-	**385,00**	**423,50**	**465,85**	**512,44**	**563,68**	**620,05**	**682,05**	**750,26**	**825,28**	**5.228,10**
Fondo de Reserva				**321,20**	**353,32**	**388,65**	**427,52**	**470,27**	**517,30**	**569,03**	**625,93**	**688,52**	**4.361,73**
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			**11.061,14**	**12.298,41**	**13.054,93**	**13.875,85**	**14.767,30**	**15.736,04**	**16.789,48**	**17.935,77**	**19.183,86**	**20.543,60**	**155.246,39**
Gastos Financieros													-
Pago de cuota bancaria													-
Intereses Bancarios			1.721,94	1.413,46	1.068,60	683,07	252,08						**5.139,15**
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			**1.721,94**	**1.413,46**	**1.068,60**	**683,07**	**252,08**	-	-	-	-	-	**5.139,15**
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			**12.783,08**	**13.711,87**	**14.123,53**	**14.558,92**	**15.019,38**	**15.736,04**	**16.789,48**	**17.935,77**	**19.183,86**	**20.543,60**	**160.385,54**
UTILIDAD OPERACIONAL			**-2.428,39**	**1.999,35**	**7.566,29**	**13.795,52**	**20.756,06**	**28.294,20**	**36.414,59**	**45.454,93**	**55.509,45**	**66.681,87**	**274.043,87**
15% Participación trabajadores		**15%**	-364,26	299,90	1.134,94	2.069,33	3.113,41	4.244,13	5.462,19	6.818,24	8.326,42	10.002,28	**41.106,58**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			**-2.064,14**	**1.699,44**	**6.431,35**	**11.726,20**	**17.642,65**	**24.050,07**	**30.952,40**	**38.636,69**	**47.183,03**	**56.679,59**	**232.937,29**

23% Impuesto a la Renta		**23%**	-474,75	390,87	1.479,21	2.697,03	4.057,81	5.531,52	7.119,05	8.886,44	10.852,10	13.036,31	**53.575,58**
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS			**-1.589,38**	**1.308,57**	**4.952,14**	**9.029,17**	**13.584,84**	**18.518,55**	**23.833,35**	**29.750,25**	**36.330,94**	**43.643,28**	**179.361,71**
Depreciación de Activos fijos			456,74	456,74	456,74	456,74	456,74	456,74	456,74	456,74	456,74	456,74	**4.567,41**
FLUJO NETO			**-1.132,64**	**1.765,31**	**5.408,88**	**9.485,91**	**14.041,58**	**18.975,30**	**24.290,09**	**30.206,99**	**36.787,68**	**44.100,02**	**183.929,12**
DEVOLUCION DE CAPITAL			2.615,73	2.924,21	3.269,07	3.654,60	4.085,59						**16.549,19**
													-
UTILIDAD NETA			**-3.748,37**	**-1.158,90**	**2.139,81**	**5.831,32**	**9.955,99**	**18.975,30**	**24.290,09**	**30.206,99**	**36.787,68**	**44.100,02**	**167.379,93**
	RENTABILIDAD =		**64.368,00**	**-3.748,37**	**- 5,82**								
	RENTABILIDAD =		**70.804,80**	**-1.158,90**	**-1,64**								
	RENTABILIDAD =		**77.885,28**	**2.139,81**	**2,75**								

5.2.1 INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

TABLA Nº 42

INVERSION INICIAL			22.065,59	TASA MENOR	TASA DE INCERTIDUMBRE		TASA MAYOR
TASA PASIVA REFERENCIAL			4,25%				
TASA ACTIVA REFERENCIAL			11,20%	0,09463	0,1000		0,1946
VIDA UTIL PROYECTO	10	AÑOS		7,888%	10,00%		17,89%
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO 7,59%	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO		FLUJO PRESENTE NETO 17,59
0	22.065,59						
1	-3.748,37	-3.748,37	0,9135549	-3.424,35	-3.748,37	0,8371	-3.137,70
2	-1.158,90	-4.907,27	0,8345825	-967,19	-1.158,90	0,7007	-812,05
3	2.139,81	-2.767,46	0,7624369	1.631,47	2.139,81	0,5866	1.255,11
4	5.831,32	3.063,86	0,6965280	4.061,68	5.831,32	0,4910	2.863,12
5	9.955,99	13.019,85	0,6363165	6.335,16	9.955,99	0,4110	4.091,91
6	18.975,30	31.995,15	0,5813100	11.030,53	18.975,30	0,3440	6.528,28
7	24.290,09	56.285,24	0,5310586	12.899,46	24.290,09	0,2880	6.995,33
8	30.206,99	86.492,23	0,4851512	14.654,96	30.206,99	0,2411	7.282,07
9	36.787,68	123.279,90	0,4432122	16.304,75	36.787,68	0,2018	7.423,66
10	44.100,02	47.163,88	0,4048987	17.856,04	44.100,02	0,1689	7.449,43
	167.379,93						

INDICADORES DE EVALUACION DEL PROYECTO		
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO	80.382,51	39.939,16
INVERSION INICIAL	22.065,59	22.065,59
VAN	58.316,92	17.873,57
PRC	2,5254	
TIR	23,88%	
R.C.B.	7,59	

La tasa interna de retorno (TIR) es del 24% la cual significa que la inversión de este proyecto es rentable frente a la tasa de oportunidad que es del 11,20% .Representa un resultado positivo para ser viable el proyecto.

La evaluación financiera realizada con el indicador del valor actual neto (VAN) , al proyecto demuestra que transcurrido los 10 años de actividades tiene un valor positivo de 58.316,92 este indicador presenta la factibilidad del que tiene el negocio.

El periodo de recuperación del capital (PRC) con la tasa de intereses actual es de 2 anos 6 meses es decir que es un periodo alentador, ya que su indicador nos muestra que la recuperación del capital a menor tiempo de recuperación, mejor. El tiempo en si es un riesgo, por eso rápidas recuperaciones son vitales.

La relación costo beneficio (RCB) que tiene el proyecto con la tasa de interés actual es de 7,59 dólares, es decir que por cada dólar invertido la empresa obtiene una ganancia de 6 dólares.

5.2.2 PERIODO DE RECUPERACIÓN

TABLA Nº 43

PERIODO DE RECUPERACION		
Año	**Flujo Neto de Caja**	**FNC Acumulado**
0	22.065,59	
1	-3.748,37	-3.748,37
2	-1.158,90	-4.907,27
3	2.139,81	-2.767,46
4	5.831,32	3.063,86
5	9.955,99	13.019,85
6	18.975,30	31.995,15
7	24.290,09	56.285,24
8	30.206,99	86.492,23
9	36.787,68	123.279,90
10	44.100,02	47.163,88

$$\textbf{PRR} = \text{Año anterior a la recuperación} + \frac{\text{Costo no recuperado}}{\text{Recuperación total}}$$

$$\textbf{PRR} = 3 + \frac{-2.767,46}{5.831,32}$$

PRR= 2,53

5.2.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TABLA Nº 44

COSTO DE CAPITAL MESES						
INVERSION INICIAL	22.065,59					
DESCRIPCION	APORTE DE CAPITAL	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
APORTES PROPIOS	5.516,40	0,250000	Tasa Pasiva	4,25	0,0425	0,01063
		0,000000	TASA ACTIVA		0	0,00000
PRESTAMO BANCARIO	16.549,19	0,750000	Tasa Activa	11,2	0,112	0,08400
TOTAL INVERSION	22.065,59	1,000000				0,094625
COSTO DE CAPITAL						9,46%

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

El estudio de mercado realizado existe un gran número de demandantes, puesto que no se cuenta con una Picantería que tenga las condiciones bien estructuradas para brindar cómodamente el producto, de acuerdo a la investigación de campo realizada se determino que los competidores directos que existen en este cantón no brindan un servicio completo, puesto que no tienen un lugar cómodo y agradable.

Según el estudio técnico existen en el medio todos los recursos necesarios para poner en funcionamiento el proyecto, tales como: recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, en el estudio económico y financiero se puede concluir que el presente proyecto es factible, desde el punto de vista de los criterios financieros.

6.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda aprovechar el gran número de demandantes existentes en el mercado, implementando este proyecto en el mercado esmeraldeño, expandir el negocio a otros cantones de la provincia en el futuro.

Aprovechar la existencia de los recursos necesarios en el medio esmeraldeño para llevar a cabo la implementación del proyecto, puesto que desde el punto de vista financiero el proyecto es factible.

GLOSARIO

DEMANDA: Cantidad de bienes y servicios que el mercado necesita o solicita para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.

OFERTA: Cantidad de bienes o servicios que una cantidad específica de oferentes o productores están dispuestos a poner a disposición dl mercado a un precio determinado.

DEMANDA INSATISFECHA: Cantidad de bienes o servicios que es posible que el mercado adquiera en años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún oferente actual podrá satisfacer si permanecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

BIENES SUSTITUTOS: Bienes o servicios que pueden servir como sustitutos unos de otros.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO: Proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

FUENTES PRIMARIAS: Son aquellas en las que la información se encuentra en su origen, y por lo tanto debe ser elaborada por primera vez y de forma específica.

FUENTES SECUNDARIAS: Son aquellas que presentan información ya elaborada, o existente, que fue generada anteriormente con otra finalidad.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO: Proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: clientes, competidores y el mercado.

POBLACIÓN: Grupo o serie de personas que viven en un área específica o que comparten características similares (tales como ocupación, edad, etc.).

MUESTRA: Parte de la población a estudiar qué sirve para representarla.

COMPETENCIA: Conjunto de empresas que ofrecen productos iguales (o similares) a los de nuestra empresa o producen bienes que sustituyen en el consumo a nuestros productos.

COMPETENCIA DIRECTA: Oferentes que comercializan productos o servicios iguales o similares.

COMPETENCIA INDIRECTA: Oferentes que comercializan productos o servicios que pueden sustituir a otros.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: Medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

ESTRATEGIAS DE MERCADO: Acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

CAPACIDAD INSTALADA: Cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

CAPACIDAD UTILIZADA: Proporción de la capacidad instalada de una empresa que se utiliza, o también se pude definir como parte de la capacidad para producir empleada.

MERCADO: Lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

VENTAJA COMPETITIVA: Cualquier característica de la organización o marca que el público considera conveniente y distinta de las de la competencia.

TAMAÑO OPTIMO: Volumen de producción en el cual el costo de la unidad promedio es mínimo (depende de la asignación de costos generales del proyecto).

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA: Lugar para las instalaciones, que favorezca el desarrollo de las operaciones.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO: Documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos ò más de ellas.

DIAGRAMA DE BLOQUE: Representación gráfica general de las actividades de un proceso.

DIAGRAMA DE FLUJO: Representación grafica de un procedimiento o parte de este.

PROCESO: Conjunto de actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin.

ACTIVIDAD: Conjunto de tareas o acciones para alcanzar un fin.

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL: Estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea.

ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL: Representación gráfica de la estructura de una empresa u organización.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: Proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos, recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado.

MISIÓN: Es la razón de ser de la empresa considerando sobre todo la actividad del negocio.

VISIÓN: Representación de lo que creemos que el futuro debe ser para nuestra empresa a los ojos de nuestros clientes, trabajadores, proveedores, etc.

OBJETIVOS: Situación deseada que la empresa intenta lograr.

INVERSIÓN: Incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción.

INVERSIÓN FIJA: Salida de dinero, que se efectúa en elementos tangibles que no son sujetos de transacciones corrientes o usuales, durante la vida útil del proyecto.

INVERSIÓN DIFERIDA: Salida de dinero durante la fase previa a la operación del proyecto, en bienes o servicios intangibles; es decir, inmateriales.

CAPITAL DE TRABAJO: Monto de recursos económicos que la empresa tiene destinado a cubrir las salidas de dinero necesarias para su operación.

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN: Detalle de las inversiones que se realizarán desde que se toma la decisión de construir el proyecto hasta el final de su vida útil.

DEPRECIACIÓN: Disminución del valor de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

AMORTIZACIÓN: Anotación contable que permite imputar el monto de una inversión como gasto durante varios años.

ACTIVO: Bien o derecho que posee una persona física o jurídica que puede convertirse en liquidez, es decir, que se puede valorar en términos monetarios.

ACTIVO CORRIENTE: Activos que no perduran en la empresa, sino que están destinados a ser comprados y vendidos a corto plazo (productos fabricados o con los que se comercia) o que se pueden convertir en liquidez de forma inmediata.

ACTIVO FIJO: Bien tangible convertible en liquidez pero no inmediatamente (instalaciones, maquinaria, etc.)

ACTIVO DIFERIDO: Salidas de dinero que deben ser destinadas a gastos o costos de periodos futuros.

PASIVO: Obligaciones totales de una empresa o persona con terceros, en el corto plazo o el largo plazo.

PASIVO CORRIENTE: Aquel que se ha adquirido con la finalidad de ser liquidados en un plazo de un año o menos.

PASIVO NO CORRIENTE: Obligaciones que se adquieren para ser liquidados a un plazo mayor a un año.

PUNTO DE EQUILIBRIO: Punto en donde el número de unidades producidas y vendidas genera ingresos para cubrir los costos y gastos en que se han incurrido para la producción y venta de la misma.

COSTOS FIJOS: Aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción.

COSTOS VARIABLES: Los costos que varían directamente con el nivel de actividad o producción de un negocio.

PRESUPUESTO DE EFECTIVO: Pronóstico de las entradas y salidas de efectivo que diagnostica los faltantes y sobrantes futuros y, en consecuencia, obliga a planear la inversión de los sobrantes y la recuperación-obtención de los faltantes.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO: Documento contable que muestra los resultados tentativos de las operaciones (utilidad, perdida, remanente y excedente), preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

BALANCE GENERAL PROYECTADO: Estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO: Estado que muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos futuros.

ÍNDICES FINANCIEROS: Números abstractos que representa el movimiento en conjunto de varios activos financieros que lo componen.

VAN: Suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

TIR: Tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0).

BIBLIOGRAFÍA

Textos:

- GuKu Liliana, Análisis Financiero para un proyecto, Instituto Los Andes, Febrero 22,2008.
- Hernández Melendrez Edelsys, Como escribir una tesis, 2006.
- Llorens Montes Francisco, Gestión de la Calidad Empresarial-Fundamentos e implementación, Edición Pirámide, 2005.
- Manual de Funciones de Autoridad Portuaria de Esmeraldas, Actualizado al Ano 2005.
- Universidad Técnica Particular de Loja, Gestión de la Calidad, Guía Didáctica, Agosto, 2006.
- Universidad Técnica Particular de Loja, Proyectos II, Guía Didáctica, Agosto, 2006.
- Zapata Sánchez Pedro, Contabilidad General, Mc Graw Hill, Quinta Edición, 2005.
- Legislación Artesanal, Corporación de Estudios y Publicaciones, 2002.
- Finanzas, E. (s.f.). *Eco-Finanzas*. Obtenido de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm
- García, J., & Casanueva, C. *Prácticas de la Gestión Empresarial.*
- García, M. (18 de julio de 2011). Producción de Troliches. (J. B. S., Entrevistador)
- Gómex Véles, V., & Villón Panchana, E. (2010). *Proyecto de desarrollo para la producción y comercialización de dulces como impulsador del desarrollo del Cantón Rocafuerte.* Esmerladas.
- INEC. (17 de NOVIEMBRE de 2010). *INEC.* Recuperado el 17 de NOVIEMBRE de 2010
- Instructivo, G. (Septiembre de 2010). *PUCESE.* Recuperado el 15 de Octubre de 2010, de www.pucese.net
- Juan Trespacios, R. V. (2005). *Investigación de Mercados.* Madrid: España.
- Kotler, P. (1989). *Mercadotecnia.* Prentice Hall, 2da Ed.
- Laborales, M. d. (2009). *Código Laboral.* Quito.

- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Marcados.* Naucalpan de Juárez: México.
- Mendez, C. E. *Diseño y evaluación del proceso de investigación.*
- MIMI. (s.f.). *MIMI.* Obtenido de http://es.mimi.hu/economia/capacidad_no_utilizada.html
- Ministerio Coordinador de la Cultura. (s.f.). *Ministerio de Patrimonios CuLTURALE.*
- Ministerio de Relaciones Laborales. (s.f.). *Ministerio de Relaciones Laborales.* Recuperado el 12 de julio de 2011, de http://www.mrl.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=276&Itemid=233
- Ministerio de Slud Pública. (2006). *Ley Orgánica de Salud Pública.*
- *Monografías.com*. (s.f.). Obtenido de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CONCEPTO_DE_GASTO.htm
- Monografías.com. (s.f.). *Monografias.com.* Obtenido de http://www.monografias.com/trabajos17/canales-distribucion/canales-distribucion.shtml#CONCEP

Web Sitas:

- http://es.wikipedia.org/wiki/Encebollado
- http Jesús Zelaya, Universidad Andina Simón Bolívar
- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/administraciconceptos/Ivan Thompson
- http://www.promonegocios.net/administracion/definicion/administracion.html
- http: www.gestiopolis.com/experto/catsexp/pagans/rh/51/impcap.htm
- www.monografias.com
- www.monografias.com/trabajos10/foda.sthml
- http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/gestiprocesos.htm

ANEXOS

ANEXO Nº 1





ANTES



DESPUES

ANEXO Nº 2

COMERCIAL KYWI S.A.
Matriz: Av. 10 de Agosto N24-59
y Luis Cordero. Quito
Telf. 3987900

RUC 1790041220001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL – RESOL. SRI

PROFORMA DOLARES
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

AGENCIA 018 (ESMERALDAS) Esmeraldas
AV. PEDRO VICENTE MALDONADO S/N Y JULIO ESTUPINAN Fono: 062710658/ 062710561

Señor (es):
Código: 888885 RUC:
Dirección: Vend: 16 ANGEL RODRIGUEZ
Ciudad: ESMERALDAS Fono: Fecha de Emisión: 25/08/2011 PAG. 1/1

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P. UNITARIO	TOTAL
584177	EXTINTOR 4,5KG PQS ABC SUPREM	1	$30,52	$30,52
579661	BOTA NEGRA GOLIAT S/P N40	1	$7,42	$7,42
576662	GUANTE P/TRABAJO CUERO LONA AZ	1	$1,82	$1,82
565458	PALA PUNTONA CABO CORTO TRUPER	1	$11,71	$11,71
425060	TRAPEADOR REDONDO 1/2LB	1	$1,81	$1,81
430218	PROMOPACK ESCOBA+REPUESTO+PALA	1	$5,20	$5,20
430498	RECOGEDOR DE BASURA C/TUBO PLA	1	$1,69	$1,69
432547	LIMPIA VIDRIOS 500ML C/ATOMIZA	1	$1,82	$1,82
432083	ACEITE PRIDE P/MUEBLES CEREZA	1	$2,35	$2,35
535400	TACHO RECICLAJE PLASTICO 40LT	1	$16,12	$16,12
422134	TACHO PEDAL 12 LT ACERO INOXID	1	$33,55	$33,55
148199	DISPENSADOR TOALLA EN Z	1	$16,57	$16,57
673994	DISPENSADOR DE JABON BLANCO	1	$37,93	$37,93
472484	CARRETILLA TRUPER 270KG VERDE	1	$88,65	$88,65
422061	SILLA PORTUGAL V/COLORES	1	$6,99	$6,99
418005	MESA CUADRADA BLANCA BALTICA	1	$34,99	$34,99

➢ CONDICIONES EFECTIVO	➢ SUBTOTAL	$299,14
	➢ DESCUENTO	$0,00
	➢ DESCUENTO	
	➢ TOTAL	$299,14

Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Tot.Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar.0	TOTAL A PAGAR
$267,09	$0,00	$267,09	$32,05	$0,00	$299,14

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A. En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercaderia, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturacion previo su conocimiento.

Los precios unitarios de esta proforma SI incluyen I.V.A.

FIRMA:_____ FIRMA:_____
ESTABLECIMIENTO CLIENTE

ANEXO Nº 3

Esmeraldas,Agosto 2011

CORPO Esmeraldas

Señores
Javier Burbano
CONFITRO CIA. LTDA.
Presente.-

De mis consideraciones

A través del presente me permito remitir a usted la siguiente información:

CONTRATO DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

CONCEPTO	Valor/Dólares
Gastos por tramitología CORPO ESMERALDAS	**200,00**
Gastos del Notario	
Elevar Minuta a escritura pública	70,00
Marginación de Escrituras	20,00
Subtotal	**90,00**
Gastos del Registro Mercantil	
Inscripción de la Compañía	40,00
Nombramientos Gerente y Presidente	25,40
Subtotal	**65,40**
Publicación del Extracto	**43,68**
Acompañámiento trámites: Permiso funcionamiento, patente municipal, Registro IEES, Apertura Cuenta,	**30,00**
Otros	**26,00**
SUBTOTAL	**455,08**
Apertura de Cuenta de Integración de Capital (dicho valor sera rembolsable culminada la Constitución, dicho valor no incluye el presupuesto total)	**400,00**
TOTAL	**855,08**

El cliente tendrá que asumir por la diferencia de los rubros tanto por gastos de Notario, Registro Mercantil y publicación del extracto que están detallados en los cuadros.
Cabe indicar que todo el trámite de constitución se lo realiza desde la VUE, incluye la obtención del RUC en un mes.
Esta compañía se forma con minimo de dos socios máximo quince, y tiene la facultad de realizar todo tipo de operación en el mercado.

Para cualquier información o ayuda en cuanto al tramite comuniquese
Vanessa Pazmiño
RESPONSABLE DE LA VUE-CORPOESMERALDAS
Dirección: Av. Bolivar y 10 de Agosto Edificio Gobierno Provincial , planta baja.
Telefono: 062712353/062721433
Esmeraldas - Ecuador

Atentamente,

Vanessa Pazmiño
VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL-CORPOESMERALDAS

CLIENTE

FIRMA DE APROBACIÓN DEL ASESOR

ING. RHUT QUIÑONEZ